

Уральский государственный университет им. А.М.Горького

Факультет журналистики

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Материалы к изучению

*Екатеринбург
1998*

Составитель — доцент И.С.Бродский

**Научный редактор — профессор, доктор
филологических наук М.М.Ковалева**

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел I. История. Нормативные акты	5
Раздел II. Этические и нравственные критерии создания телепрограмм. Имидж тележурналиста	35
Раздел III. Жанры телевидения	70
Раздел IV. Телевизионный журналист в экстремальных условиях	107
Раздел V. Из опыта первых отечественных менеджеров и продюсеров	128
Раздел VI. Телевидение за рубежом	163
Раздел VII. Реклама на ТВ в России и за рубежом	178

ОТ СОСТАВИТЕЛЯ

В последнее время появилось немало интересных теоретических исследований, статей, рецензий с осмыслением практики телевизионной журналистики. Однако в силу сложившейся экономики не каждый студент имеет сегодня возможность выписать необходимые журналы, еженедельники, различные газеты. Поэтому в предлагаемый сборник были отобраны, на наш взгляд, наиболее интересные, хотя не всегда бесспорные публикации, которые помогли бы студентам и работающим журналистам в изучении и осмыслении истории, теории и практики современного телевидения.

Нередко одна публикация противоречит выводам другой. И это хорошо: важно, чтобы будущий журналист больше размышлял, думал, самостоятельно искал ответы на многочисленные вопросы, которые постоянно ставит перед ним практика.

В сборнике опубликованы материалы по основам теории телевизионной журналистики, информационным и аналитическим жанрам. Читатель познакомится с кратким очерком истории зарождения, становления и развития электронных СМИ в мире, в нашей стране и на Урале.

Представлены также и нормативные акты.

К сожалению, Россия находится в числе тех немногих стран, где сегодня нет Закона о телевидении и радиовещании. Первый вариант Закона был принят Госдумой еще летом 1996 года. Но Президент РФ наложил вето. Госдума в сентябре 1997 года приняла во втором чтении проект Закона. Он публикуется в первом разделе настоящего сборника.

Отдельные материалы посвящены опыту асов телевизионной информации — С. Доренко, Е. Киселева, Е. Масюк, Т. Митковой, М. Осокина, С. Сорокиной. Здесь же — рассказы о творческой лаборатории мастеров ток-шоу — В. Листьева, В. Познера, Ю. Меньшовой.

Одна из тенденций развития современной телепублицистики — персонификация журналиста. И как следствие возрастает значение имиджа. В соответствующем разделе сборника наряду с теоретическим осмыслением понятия имиджа, читатель встретится с опытом целого созвездия наиболее ярких телевизионных звезд.

Особое внимание в сборнике уделено проблемам этических критериев и норм создания телепрограмм. В отечественной практике нет и Кодексов вещания, в то время, как в мировой практике каждая телекомпания имеет собственный, свод правил определяющий не только концептуальные положения, но и правила журналистской этики, профессиональной ответственности сотрудников, требования к культурному уровню, художествен-

ному качеству и профессиональному мастерству создания телепрограмм. Поэтому мы сочли необходимым поместить отрывки из книги профессора факультета журналистики МГУ С. Муратова «Нравственные принципы тележурналистики», а также познакомить читателей с Кодексом этических норм американской телекомпании Си-Би-Эс Ньюс.

Нет в учебной литературе по телевизионной журналистике и такого важного раздела, как работа журналиста в экстремальных условиях. В советское время на освещение стихийных бедствий, различных катастроф, этнических конфликтов, мятежей и беспорядков, эпидемий, и других чрезвычайных ситуаций было наложено *табу*.

А экстремальные ситуации всегда возникали, возникают и сегодня. Учитывая это, выделяется раздел, где по крупницам собран опыт журналистов, освещавших события в Абхазии, Чечне. Надеемся, что все эти материалы позволят студентам познакомиться с правилами подготовки к работе в экстремальных условиях, нормами и этикой поведения в непростых условиях. Они помогут будущим журналистам не только подготовить репортажи из горячих точек, но и сохранить свою жизнь.

Раздел о телевидении за рубежом также будет небесполезным для будущих тележурналистов. Ибо любой опыт, если его не копировать, а творчески осмысливать, отобрать все лучшее из него, позволит сделать наше отечественное телевидение более интересным и привлекательным.

В сборнике представлены материалы, рассказывающие об опыте первых российских менеджеров, продюсеров телевидения. Это и И. Леснянская (РЭН-ТВ), и И. Малащенко (НТВ), и Э. Сагалаев (ТВ-6).

Сегодня много справедливых нареканий со стороны телезрителей на огромное количество рекламы, на устрашающую экспансию американских боевиков, латиноамериканских мыльных опер, подрывающих основы национальной культуры. Всегда ли правы телезрители? Ответ на эти и другие вопросы можно найти, сопоставляя отечественный и зарубежный опыт, размышляя над опытом подачи рекламы на ТВ России и многих европейских стран.

Автор-составитель надеется, что предлагаемый сборник может стать пособием для студентов при подготовке дипломных сочинений, курсовых работ.

Составитель выражает надежду, что материалы сборника будут небесполезными и для практиков-репортеров, интервьюеров, комментаторов, ведущих телебеседы и ток-шоу, менеджеров.

И. Бродский, доцент кафедры телевидения и радиовещания

ИСТОРИЯ. НОРМАТИВНЫЕ АКТЫ

И.С.Бродский

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИОВЕЩАНИЕ. КРАТКИЙ ОЧЕРК ИСТОРИИ

Трудно представить себе семью, которая не имела бы телевизор — это чудо XX века. По самым скромным подсчетам на Земле сегодня ежедневно смотрят телевизионные передачи около 5 миллиардов человек.

Социологические исследования показывают, что средняя российская семья проводит у голубого экрана от 10 до 14 часов в неделю. Более половины опрошенных американцев заявили, что проводят у телевизора от 7 до 21 часа в неделю.

По данным американского журнала «ТВ-Гайд» на вопрос «согласились бы вы отказаться от телевизора до конца своей жизни, если бы вам взамен заплатили 25 тысяч долларов?» — только 23 % американцев сказали «да». 46% участников исследования ответили, что готовы пойти на это не меньше, чем за миллион долларов. 25% заявили, что не сделают такого и за миллион.

Так что же это за феномен — телевидение? Как возникло? Как развивалось, совершенствовалось? Каковы его перспективы?

В истории телевидения, по мнению академика В.Егорова, можно выделить три этапа. Первый — от научных опытов, изобретений и открытий русских ученых в области передачи изображения и звука на расстоянии до появления регулярного телевизионного вещания, то есть хронологически от начала века до 30-х гг. Второй этап — от начала регулярного телевидения в 30-е гг. до создания системы центрального, республиканского и местного телевидения. Третий этап — с конца 60-х гг., когда массовое вещание стало массовым, многопрограммным и до настоящего времени.¹

Разделяя в целом эту точку зрения В.В.Егорова, думается, было бы правиль-

нее определить хронологические границы первого этапа не от начала XX века, а с конца 30-х гг. прошлого столетия до 30 гг. нынешнего. Одновременно, как нам представляется, третий этап следовало бы ограничить концом 80-х гг. С начала 90-х гг. начался четвертый этап. И характеризуется он прежде всего рождением телевизионной техники четвертого и пятого поколений, появлением многочисленных альтернативных и независимых, коммерческих студий телевидения. Рождением самого новейшего вида телеинформации — телетекста (телевизионной газеты).

Почему мы считаем, что именно такой подход к хронологическим границам первого этапа будет более верным? Прежде всего потому, что многие исследователи неправомерно связывают рождение телевидения с открытием нашего земляка — краснотурьинца Александра Степановича Попова.²

7 мая 1895 года А.С.Попов продемонстрировал изобретенный им прибор для приема электромагнитных сигналов на расстоянии. Это изобретение явилось прообразом будущего радиоприемника. Спустя два года (1897) итальянский радиотехник Г. Маркони получает патент на изобретение радиоприемника. И хотя это открытие совершилось далеко от России, оно оказалось принципиально тождественным изобретению А.С.Попова.

Несомненно, эти величайшие открытия приблизили день рождения феномена XX века — телевидения, т. е. передачи на расстояние изображения и человеческой речи. Не случайно при появлении первых экспериментальных просмотров телевидения появились термины «радиовидение», «зрячее радио» и т.п.

Проблема оперативного распространения нужной информации всегда волновало

человечество. В ней нуждались политики, предприниматели, чиновники. Учитывая это, стоит ли удивляться тому что люди пытались воспользоваться в подобных целях первой представившейся возможностью.

Телевидение — от греческого теле — «вдаль, далеко» и слова «видение» — это «дальновидение», передача изображения на расстояние. Поэтому одной из основных проблем, фундаментом будущего телевидения было решение проблемы получения изображения — фотографии. Без этого невозможно было бы и думать о телевидении. В 1839 г. французские изобретатели Л. Даггер и Ж. Ньепс разрабатывают теорию и методы получения фотографии — видимого изображения объектов на светочувствительных материалах. Вслед за ними к такому же открытию в 1840-1841 гг. приходит и англичанин У. Толбот. А еще спустя четверть века (1868-1869) француз Л. Дюко дю Орон впервые получает цветное фотоизображение.³

Это были гениальные открытия. Они позволяли запечатлеть на бумаге различные объекты, памятники истории и архитектуры, природу родного края выдающихся людей.

Но человек по своей природе не может довольствоваться достигнутым. Он постоянно ищет, пытается расширить свои возможности в познании мира. Получена фотография? Отлично! И человек уже думает, как сделать ее движущейся, динамичной. Как быстрее передать эту фотографию на расстоянии?

Нелегкий поиск увенчался успехом. В 1895 году братья Люмьер — Луи Жан и Огюст — создают первый в мире киноаппарат для съемки и проекции «движущихся фотографий».⁴ Их изобретение позволяет заложить фундамент под будущий кинематограф, расширить возможности для получения различной зримой информации.

В 1876 г. А. Белл (США) на филаделфийской выставке продемонстрировал свое изобретение — «говорящий» телефон. Вряд ли тогда кто-либо мог предположить, что всего лишь через десять с небольшим лет чикагская телефонная компания будет сообщать своим подписчикам политические новости. Но это произошло! Уже в 1890 г. 15 тысяч владельцев «говорящих» телефонов в Чикаго могли получать из

вестия о ходе выборов в Конгресс. А вскоре этот способ информации нашел применение и в некоторых западноевропейских государствах.⁵ Конечно он был несовершенен, да и обходился слишком дорого, поэтому широкого распространения не получил. Ученые и практики продолжали искать более совершенные и дешевые способы передачи информации.

В конце XIX в. португальский ученый А. ди Пайи не зависимо от него наш соотечественник П.И. Бахметьев разрабатывают принцип последовательной передачи элементов изображения. Русский ученый первым предложил проект телевизионной системы.⁶

Вслед за ними советский ученый Б.Л. Розинг создал систему телевидения с электронно-лучевой трубкой (1907). А спустя четыре года он осуществил первую в мире передачу по этой системе.

С новой силой развернулись работы по разработке и совершенствованию радио и телевизионной техники в России после 1917 г. Ее возглавил в нижегородской радиолaborатории крупный ученый-радиотехник Михаил Александрович Бонч-Бруевич.

Трудные это были годы для России. Первая мировая война принесла стране разруху, голод и холод. Сменившие ее гражданская война и интервенция еще больше разорили экономику России.

Но даже в эти тяжелейшие годы ни на один день не прекращались работы в Нижегородской радиолaborатории. Объясняется это рядом обстоятельств.

Во-первых, многие руководители молодой Советской республики видели в зарождающейся радиотехнике мощнейшее средство идеологического воздействия на человека.

Во-вторых, (а, может быть, это и во первых!), они не без оснований почувствовали в радиотехнике возможности укрепления военной мощи.

В 1920 году американская радиостанция Кей-Ди-Кей-Эй передала репортаж о ходе президентских выборов. С тех пор в США начались регулярные радиопередачи. По радио передавалась музыка, информация.

Вскоре, в ноябре 1922 г., начались регулярные радиопередачи английского радиовещания. В этом же году «Известия»

сообщили об английском изобретении, передающем радиотелеграммы тайно. «Если бы удалось купить это изобретение, — обращается в письме к членам Политбюро В. Ленин, — то радиотелефонная и радиотелеграфная связь получила бы еще более громадное значение для военного дела».⁷

В. Ленин предложил «вынести постановление об ассигновке сверх сметы в порядке экстраординарном до 100 тысяч рублей золотом из золотого фонда на постановку работ Нижегородской радиолaborатории, с тем чтобы максимально ускорить доведение до конца начатых ею работ по установке вполне пригодных громкоговорящих аппаратов и многих сотен приемников по всей республике, способных повторять для широких масс речи, доклады и лекции, произносимые в Москве или другом центре».⁸

Деньги были выделены. Такая постоянная поддержка не могла не сказаться на результатах. Радиолaborатория добивалась все новых и новых результатов.

В 1922 г. при непосредственном участии М. Бонч-Бруевича в Нижегородской радиолaborатории была построена первая в мире мощная (12-киловатная) радиовещательная станция. Вскоре появляются и первые приемные станции, приемники.

23 ноября 1924 г. в эфире России звучала «Радиогазета РОСТА» — первая регулярная советская информационно-публицистическая программа. Это был день рождения советского радиовещания.

В 1925 г. уральский обком РКП (б) (в те годы в состав Уральской области входили нынешние Курганская, Свердловская, Челябинская. — И.Б.) принял постановление о создании в Свердловске и на Урале ширококвещания (термин, которым пользовались тогда для обозначения понятия «радиовещание». — И.Б.). С этого времени в уральском эфире постоянно звучат позывные Свердловска.

Ученые, радиоинженеры, техники продолжали работать над дальнейшим развитием и совершенствованием отечественного радиовещания и телевидения.

Появились первые ламповые приемники. Их в стране было мало, а на Урале — единицы. Поэтому на площадях, в клубах и в красных уголках были установлены громкоговорители.

Пресса тех лет все больше проявляла интерес к научным изысканиям и их прак-

тическому воплощению в области радиовещания и телевидения.

Газета «Правда»⁹ одной из первых в стране рассказала своим читателям о радиотехнических работах русских ученых и, в частности, об опытах по передаче изображения на расстояние (т.е. о телевидении). «В самом ближайшем будущем, — писала газета «Новости радио», — рядом со ставшим таким обыкновенным громкоговорителем появится чудесный аппарат — «телезритель»».¹⁰

Журнал «Наука и техника» публикует статью известного ученого изобретателя Б.Л. Розинга «Новейшие изобретения в области дальновидения». Автор знакомит читателей с изобретением молодого физика Б.Л. Гробовского — «телефотом». Так ученый назвал свою систему передачи изображения при помощи катодной трубки. Летом 1928 г. состоялась демонстрация нового аппарата. С его помощью впервые удалось «оживить» на экране прежде неподвижное изображение.

Осенью 1931 г. советский ученый С.И. Катаев сконструировал электронную трубку, или, как называли, тогда новое изобретение, — иконоскоп. Трудно переоценить это открытие: оно показало, что электронная система телевидения отвечает требованиям сегодняшнего дня, а оптико-механическая — день вчерашний.

...Шли годы. Все большую популярность завоевывало проводное радиовещание. В городах и районах Урала строили радиоузлы, радиофицировали дома, целые села и поселки.

На стенах квартир стали появляться, как их тогда называли, «черные говорящие тарелки» с нерусским названием «репродуктор».

По воспоминаниям очевидцев, в дома и квартиры, где появлялись «говорящие тарелки», сразу же набивалось полно народа. Люди с интересом посматривали на них, вслушиваясь с большим интересом в каждое слово, несущееся оттуда. Старики и старушки, как правило, с испугом поглядывали на «тарелки», многозначительно качали головами и быстро-быстро крестились, а затем также быстро покидали «оскверненное нечистой силой» помещение. А дети пытались заглянуть во все «щели» репродукторов, чтобы разглядеть диковинку, понять устройство этого чуда,

способного не только говорить, но и петь...

Действительно, для многих радио в доме в те времена было чудом, вершиной волшебства. Поэтому никто не мог даже помышлять, что недалеко, в самом центре Свердловска, инженеры Уральской научно-испытательной станции уже не один месяц и год ломают головы над созданием еще более совершенного, «зрячего» радио.

Нет, это не воспринималось разумом, не укладывалось в голове. Поэтому-то, наверное, не взволновала, не взбудоражила читателей «Уральского рабочего» сенсационная заметка под двумя такими интригующими заголовками:

ЗРЯЧЕЕ РАДИО

В Свердловске устанавливается телевизор

«В Свердловске Уральская научно-испытательная станция под руководством инженера Рихтера заканчивает постройку первого на Урале телевизора — специальной радиоустановки для приема изображений.

Телевизор существенно отличается от имеющегося в Свердловске «бильдаппарата». Изображение при помощи телевизора принимается на особый экран, а не на бумагу. Телевизор дает возможность одновременно слушать и видеть оперу или концерт. Телевизор может принимать любую радиостанцию СССР или заграницы.

Телевизор — советской конструкции и строится из советских материалов».¹²

...15 ноября 1934 года в Москве начались регулярные передачи, пока еще малострочного («механического») телевидения. Первая передача с участием народного артиста республики И.М.Москвина шла из телецентра, расположенного тогда в тесном помещении на улице 25 октября.

Как свидетельствует очевидец, «...припав к смотровому окошку (а тогда в телевизор смотрели, как в микроскоп, одним глазом и по очереди), председатель Всесоюзного радиокomiteта И.М.Керженцев возбужденно сообщил, что видимость просто отменная».

31 декабря 1938 г. был сдан в эксплуатацию Московский телецентр на Шаболовке, 53. А спустя несколько месяцев, 10 марта 1939 г. отсюда демонстрацией фильма от открытия XVIII съезда ВКП(б) началось регулярное вещание в СССР с помощью электронной системы.

И все же нужно честно сказать: наша страна очень отставала в развитии и ста-

новлении телевидения от Германии, Франции, Англии. Объясняется это многими причинами. Одна из них — «железный занавес», изолировавший советских ученых, инженеров, от их коллег за рубежом.

Первыми в мире начали вести регулярные телевизионные передачи французы — в апреле 1935 года! С января 1936 в эфир вышли ежедневные двухчасовые телевизионные передачи в Германии. В ноябре того же года стали регулярными телепередачи английской Би-Би-Си. А в мае 1937 г. эта телерадиокомпания первой в мире провела внестудийную передачу о коронации Георга VI.

И только в США регулярные телевизионные передачи начали выходить позже, нежели в СССР, — в конце 1939 г.

К сожалению, начавшаяся вторая мировая война вынудила прервать работы в этой области не только в Москве, Ленинграде, на Урале, он и практически во всей Западной Европе (кроме фашистской Германии. — И.Б.), США, Японии.

15 декабря 1945 г. первым в мире возобновлял свои передачи Московский телецентр.

Спустя несколько месяцев, в марте 1946 г., Верховный Совет СССР принял Закон о пятилетнем плане восстановления и развития народного хозяйства СССР на 1946-1950 годы. В нем было предусмотрено переоборудование Московского телецентра и строительство новых — в Ленинграде, Киеве, Свердловске.

Выполняя этот Закон, коллективы промышленных предприятий страны немало сделали для дальнейшего развития и совершенствования радиовещания и телевидения. Изготовлены первые образцы передвижных телевизионных станций (ПТС). Это позволило провести 29 июня 1949 г. первую внестудийную передачу, прямой репортаж с места события — показ футбольного матча со стадиона «Динамо».

Появление первых ПТС неизмеримо расширило творческие возможности телевидения. А самое главное — дало возможность телевидению осуществить его основные специфические качества — оперативность, репортажность.

В стране в целом делалось немало для реализации Закона о первом послевоенном пятилетнем плане, но уральцы видели, что в Свердловске строительство телецентра

не начинается. И тогда у членов Свердловского областного радиоклуба ДОСААФ возникает мысль потроить в городе своими силами пока хотя бы любительский телецентр. Тут же на заседании совета клуба принято решение создать секцию телевидения и поручить ей разработку проекта телецентра.

...1951 год. Одна из самых больших комнат Свердловского радиоклуба, как рассказывает один из его членов В.Белковский¹⁴, превращается в цех-лабораторию. Здесь энтузиасты — инженеры Д.Иванов, Л.Черкинский, Г.Дрейв, Е.Никольский, С.Золотин, строитель А.Блохинцев, мастер ремесленного училищ №3 А.Тонков и другие под руководством начальника радиоклуба Ф.Кислицина, словно волшебники, работают над созданием чуда.

Не все удастся, не хватает теоретических знаний, практического опыта. Радиолюбители едут в московский телевизионный центр, к коллегам в Харьков, где уже работал любительский телецентр.

Вернувшись домой, обогащенные опытом и знаниями, они вновь приступают к разработке схем, конструированию основных блоков. Трудились все с энтузиазмом. Только поздней ночью погасал свет в окнах телевизионного «цеха-лаборатории».

В мае 1953 года на экране появилось изображение. Это была первая Настоящая победа!

Теперь встала задача передать изображение в эфир, чтобы владельцы телевизоров могли принять его в своих квартирах. Для этого нужны были передатчики и антенна!

Снова начались расчеты, поиски. Большую помощь энтузиастам оказали коллективы многих свердловских предприятий. Завод металлоконструкций изготовил мачту для антенн, а трест Уралстальконструкция установил ее. Специалисты треста Уралэлектромонтаж помогли в монтаже силовой и осветительной электропроводки...

И вот одержана новая победа! 7 ноября 1953 г. в эфир вышла первая пробная передача опытного любительского телецентра Свердловского областного радиокomiteта ДОСААФ. В этот вечер в разных концах города в квартирах были установлены телевизоры. И энтузиасты очень радовались, когда с этих «контрольных» пунктов поступали сообщения о хорошем качестве получаемого изображения.

Был сдан серьезный экзамен — своими руками построен любительский телецентр. Теперь предстояло обеспечить его повседневную работу.

...1 января 1954 года. Об этом дне вспоминает бывший начальник Свердловского областного радиоклуба ДОСААФ Ф.П.Кислицын:

«В радиокабинете Дворца пионеров царило оживление. В гости к юным радиолюбителям пришло много их сверстников. На стоял необычный радиоприемник. Это был телевизор КВН-49.

Все собравшиеся с нетерпением ждали начала передачи. Их взоры были обращены на небольшой светящийся экран, который постепенно начинал «оживать». И вот на нем появилась надпись:

РАБОТАЕТ УЧЕБНО-ОПЫТНЫЙ
ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ ЦЕНТР
СВЕРДЛОВСКОГО ОБЛАСТНОГО
РАДИОКЛУБА ДОСААФ
С НОВЫМ ГОДОМ!

Затем диктор объявил: «Сегодня в Свердловске состоится впервые официальная телевизионная передача. Будет показан фильм-спектакль «Учитель танцев»¹⁵.

В этот день зажглись экраны более 100 телевизоров, установленных в квартирах свердловчан. Горожане получили отличный новогодний подарок от радиолюбителей-энтузиастов. В Свердловске начались регулярные передачи любительского телецентра.

А спустя два года, 6 ноября 1955 года, в Свердловске вступил в строй государственный телевизионный центр — пятый в стране.

Шестым стал... Краснотурьинский. В 1956 г. земляки изобретателя радио А.С.Попова, использовав демонтированное оборудование Свердловского любительского учебно-экспериментального телецентра, создали свое городское телевидение.

В январе 1955 г. Центральное телевидение перешло на ежедневное вещание. Это сразу же позволило расширить тематику передач, сделать их более разнообразными. А спустя всего лишь год в Москве начала работать и вторая программа.

Стремительно росло количество республиканских, краевых, областных и даже городских телецентров. Так, в 1957 г. в стране их уже действовало 24. У населения было 1,5 миллиона телевизоров.

Телевидение и радиовещание страны набирало силу. В мае 1957 г. Указом

Президиума Верховного Совета СССР радиовещание и телевидение было выделено из состава Министерства культуры в самостоятельную отрасль.

Вслед за Свердловском (1955) и Краснотурьинском (1956) вступали в строй действующих студии телевидения в столицах Башкирии (1960), Удмуртии (1956), а также в Кургане (1960), Оренбурге (1961), Перми (1960), Челябинске (1958). Студии телевидения, передающие телевизионные центры были созданы и в других крупных центрах Урала — Березниках пермской области (1963), Магнитогорске Челябинской области (1961) и Орске Оренбургской области (1962).

Такой бурный рост количества студий телевидения требовал квалифицированных кадров. Слабой оставалась и материально-техническая база телецентров, творческих подразделений. Все это, а также большая разрозненность студий, отсутствие опыта подготовки телепередач обусловили невысокий уровень информационной, пропагандистской и организаторской функций телевидения. Не отвечали новым требованиям и многие радиопередачи.

В 1960 г. ЦК КПСС принял два важнейших в этих условиях Постановления: «Об улучшении советского радиовещания» и «О дальнейшем развитии советского телевидения».¹⁶

В этих документах были перечислены чуть ли не все беды и недостатки радиовещания и телевидения. Так, в обоих Постановлениях отмечается низкая квалификация кадров телевидения, радиовещания. Но не было серьезного анализа причин этого. А они заключались в том, что такие кадры никто не готовит, что режиссерами работают, как правило, не проявившие себя в театре актеры, а нередко просто энтузиасты-самоучки. То же было и с дикторами, теле- и кинооператорами, звукорежиссерами и т.д.

Единственная ценность обоих документов заключалась, пожалуй, в последнем пункте, обязывающем ЦК компартии, крайкомы и обкомы партии обсудить на своих заседаниях проблемы развития местного радиовещания и телевидения.

Это и было сделано. Каждая республика, каждый край, каждая область объединили свои усилия, возможности, средства и силы для успешного решения проблем телевидения и радио.

Расширению аудитории радиослушателей и телезрителей способствовало резкое увеличение производства радиоприемников и телевизоров, неоднократное снижение розничных цен на них. В связи с бурным развитием в эти годы жилищного строительства увеличивалось количество квартирных радиоточек.

К 1965 г. уже 62% населения области проживали в зоне уверенного приема телевидения, а к 1970 г. — 98%.

Проведенные Уральским филиалом Академии наук СССР в 1968 г. социологические исследования в Свердловской и Челябинской областях показали, что к этому времени на каждые сто домов уральского села было 86 радиоприемников, 41 радиоточка, 43 телевизора.¹⁷

Но бурному росту аудитории телезрителей способствовало не только резкое увеличение производства и продажи телевизоров. В 60-е годы на Урале интенсивно строились магистральные и внутриобластные радиорелейные линии, которые связали теперь жителей Нижнего Тагила, Серова, Невьянска, Кушвы, Краснотурьинска, Краснотурьинского и Ирбитского, Ачитского, Нижнесергинского, Пригородного районов не только с областным центром, но и со всей страной.

В Пермском, Свердловском и Челябинском радиокомитетах появились главные редакции кинопроизводства и кинотехнологические комплексы, а всего в стране их насчитывалось 17 это означало, что зарождался и телевизионный кинематограф — документальный и художественный.

О его высоком уровне свидетельствуют следующие факты. В 1968 г. в Киеве на первом Всесоюзном фестивале телевизионных фильмов главный приз завоевал фильм Свердловской студии телевидения «Нурулла Базетов» (автор сценария В.И. Губанова, режиссер В.В. Ротенберг, кинооператор И.М. Иванов). В том же году свердловская лента «Нурулла Базетов» стала победителем международного фестиваля телевизионных фильмов в Лейпциге и получила «Гран-при».

Не только в нашей стране, но и далеко за ее пределами широкую популярность завоевали мультипликационные фильмы, созданные на Пермской и Свердловской студиях телевидения. В эти же годы Свердловская студия телевидения сняла первый

полнометражный художественный музыкальный фильм «Званный ужин с итальянцами» (режиссер Р.Сергеев) с участием выдающегося актера — народного артиста РСФСР А.Г.Маренича. Он был тиражирован по всем телестудиям страны и получил признание телезрителей.

В 60-е гг. на Центральном, республиканском и местном телевидении расширяется тематика передач, совершенствуются формы информационной, аналитической и художественной телевизионной публицистики. Это было время становления телепублицистики. На Центральном телевидении появляются персональный циклы: «Слово Ираклия Андронникова», «Рассказы о героях» Сергея Смирнова. Очень хорошо об этих передачах писал один из первых телекритиков В.Сапжак: «Как ...нужны, незаменимы на телевидении такие люди, как Корней Иванович Чуковский, как Ираклий Андронников, как Эренбург, Юткевич, Образцов, Алпатов, Шкловский — те, которыми не только есть что сказать, но и которые умеют (это особый дар) непринужденно, свободно говорить, нет, — мыслить перед объективом».

В эти же годы появились и такие популярные у телезрителей циклы, как «Кинопанорама», «Клуб кинопутешествий», «КВН». Были созданы первые многосерийные художественные телефильмы «Вызываем огонь на себя», «Операция «Трест»».

В 1965 г. ЦК КПСС принял Постановление «Об учебно-образовательной программе телевидения»¹⁸, согласно которому в стране водились учебно-образовательная (третья) программа Центрального телевидения. Для жителей многих республик, краев и областей открылись широкие перспективы получения знаний на дому.

Однако из-за нехватки радиорелейных линий учебно-образовательная программа Центрального телевидения еще не пришла на Урал. В этих условиях Свердловской обком КПСС и облисполком, опираясь на ученых вузов города, приняли решение. В 1967 г. на базе студии телевидения и Уральского политехнического института учебная телевизионная программа была создана и в Свердловске. К 1972 г. зона уверенного приема второй программы расширилась, и ее принимало более половины населения области.

С лекциями перед студентами вечерних и заочных отделений высших учебных

заведений по телевидению выступали ученые Уральского государственного университета, политехнического института, других вузов Свердловска.

В эти же годы в стране начинает внедряться цветное телевидение. В 1967 г. вступил в строй общесоюзный Останкинский телецентр имени 50-летия Октября. Оборудованный самой новейшей телевизионной техникой, располагающей десятками съемочных павильонов, телецентр открывал перед творческими работниками огромнейшие возможности для подготовки телепередач, для ежегодного выпуска более ста полнометражных телефильмов.

1 октября 1968 г. Центральное телевидение начало передавать цветные программы, а введенная в этом же году система «Орбита» с помощью искусственных спутников Земли стала передавать эти программы на огромную аудиторию, включая Камчатку и Сахалин. Первая программа Центрального телевидения стала общесоюзной. А Москва в этом же году получила еще одну программу — четвертую. В то время он был лучшим в мире.

В 1973 г. в печатных программах Свердловской студии телевидения впервые перед началом некоторых передач стали появляться две буквы: ЦВ. Это означало — цветные. Правда, появлялись они тогда не часто. Это были, в основном, художественные, мультипликационные, документальные и научно-популярные фильмы.

Но когда студия получила цветную передвижную телевизионную станцию, стационарное оборудование, в печатных программах все чаще стало появляться уже знакомое нам сочетание буквы ЦВ. Свердловская студия телевидения первой в стране из областных студий полностью перешла в цветное изображение с августа 1978 г.

В том же 1978 г. Средний Урал одновременно с первой общественной программой стал принимать вторую программу Центрального телевидения.

Начало семидесятых годов ознаменовалось усилением централизации телевидения и радиовещания. Комитет по радиовещанию и телевидению при Совете Министров СССР в 1970 году был преобразован в союзно-республиканский Государственный комитет Совета Министров СССР по телевидению и радиовещанию.

Это было не просто сменой вывесок.

Создание крупной идеологической организации — Государственного комитета Совета Министров СССР по телевидению и радиовещанию на правах союзного республиканского министерства означало новую ступень в укреплении партийного, государственного руководства Центральным, республиканским, местным телевидением и радиовещанием.

На Гостелерадио СССР были возложены следующие задачи:

- повышение роли телевидения и радиовещания в идеологической работе;
- координация центрального и местного телевидения и радиовещания;
- улучшение подготовки кадров для телевидения и радиовещания, введение конкурсной системы для некоторых категорий творческих работников ТВ и РВ;
- осуществление единой технической политики в области ТВ и РВ.

Следует отметить, что под реализацию этих задач государство выделило необходимые средства. При Гостелерадио появился институт подготовки и переподготовки кадров для телевидения и радиовещания с филиалами в Киеве, Ташкенте, Владивостоке.

В середине 80-х годов в стране началась перестройка. Это не могло не сказаться на деятельности средств массовой информации и особенно на телевидении и радиовещании.

В заявлениях нового руководства ЦК КПСС, в частности М.С.Горбачева, немало говорилось о свободе слова, гласности, плюрализме, новом мышлении. Журналистами средств массовой информации эти заявления вначале воспринимались за чистую монету. На Центральном телевидении появилось немало острых передач, особенно для молодежи. К ним, прежде всего, следует отнести циклы: «12-й этаж», «Взгляд», «Прямой разговор», «Под знаком «Пи»».

В этих передачах подвергали острой критике тоталитаризм, установившийся в стране, многие аспекты руководства КПСС, цензуру, борьбу с инакомыслием и т.п. Но такая «гласность» просуществовала недолго. Председателем Гостелерадио СССР был назначен Л.П.Кравченко, который в одном из первых своих интервью заявил: «Я пришел, чтобы выполнить волю президента». И острые передачи на Центральном телевидении начали одна за другой прикрываться. (По иронии судьбы «пра-

родителем» большинства этих передач был тот же Л.Кравченко. — И.Б.). А гласность на телевидении и радио, не успев и опериться, стала умирать.

И все же начавшийся процесс перестройки, стремление людей демократизировать свое государство, сделать его открытым, правовым, набирали силу, овладевали умами масс. Одна за другой бывшие союзные республики объявили о своем политическом суверенитете, создании в республике своей государственности.

Одновременно с провозглашением суверенитета становилось суверенным, самостоятельным, вышло из подчинения Гостелерадио СССР республиканское телевидение и радиовещание. Начался невиданный до сих пор процесс децентрализации этих самых оперативных, самых мобильных средств массовой информации.

В наихудшем положении оказалась Российская Федерация. Россия никогда в годы советской власти не имела республиканского телевидения и радиовещания. Даже первая республиканская газета «Советская Россия» была создана в июле 1956 г.

Сложилась парадоксальная ситуация. Хотя Россия одной из первых провозгласила свой суверенитет, а в ее столице находилась самая мощная в стране материально-техническая база телевидения и радиовещания, даже президент РФ не имел доступа к микрофону и телекамере. В течение нескольких месяцев он добивался у руководства Гостелерадио СССР возможности обратиться по телевидению к народам Российской Федерации. И только после того, как Л.П.Кравченко соблаговолил дать такое «высочайшее» разрешение (представляется, не без согласия М.С.Горбачева!), президент России смог обратиться к народам России.

После августовского (1991) путча и распада СССР Россия получила свое телевидение и радиовещание. Всероссийская телерадиокомпания на первых порах была сама по себе, а местное телевидение и радиовещание в республиках, краях, областях — сами по себе.

Особый статус оказался и у телерадиокомпаний «Останкино». Руководители государств, входящих в СНГ, высказались за то, чтобы эта компания освещала жизнь их народов объективно, без предвзятостей. В свою очередь, они заявили, что финансирование

«Останкино» будут вести на паритетных началах, то есть телерадиокомпания «Останкино» оставалась как бы «всесоюзной», но в то же время российской.

Важно отметить и то обстоятельство, что Российской Федерации, как, впрочем, и во всех бывших союзных республиках, ныне суверенных государствах, словно грибы после теплого летнего дождя, стали появляться самые различные альтернативные государственные телевизионные и радиовещательные компании, студии, редакции. В одной только Свердловской области в 1997 г. было выдано лицензий на право вещания 124 телекомпаниям и 56 радиостанциям. Это «Ассоциация свободного телевидения» и «4-й канал», различные студии кабельного и эфирного телевидения в Нижнем Тагиле, Серове, Краснотурьинске, Каменске-Уральском и многие-многие другие.

22 декабря 1993 г. появился Указ президента Российской Федерации «О совершенствовании государственного управления в сфере массовой информации».

В Указе, в частности, говорится: «...Образовать Федеральную службу России по телевидению и радиовещанию как центральный орган федеральной власти.

Считать основными задачами Федеральной службы России по телевидению и радиовещанию:

- координацию деятельности общероссийских и региональных государственных телерадиовещательных организаций;
- содействие объективному информированию российской и международной общественности о политической, экономической и социально-культурной жизни России;

— участие в подготовке проектов законодательных и иных нормативных актов в области телерадиовещания;

— проведение единой государственной политики при решении производственно-технических и финансовых вопросов, а также вопросов научного обеспечения и подготовки кадров в области телерадиовещания.

Важно подчеркнуть, что создание Федеральной службы России по ТВ и РВ не ведет к централизации вещания.

Очень важны принятые меры по проведению единой государственной производственно-технической и финансовой политики. Именно в этом и только в этом залог дальнейшего научно-технического прогресса в области ТВ и РВ, их поступательное развитие и дальнейшее совершенствование как в центре, так и в регионах.

В последние годы идет оснащение государственных и альтернативных телерадиокомпаний новейшей импортной техникой. Появление телевизоров четвертого и пятого поколений позволило ввести целый круг новых услуг, опирающихся на компьютерную сеть — телетекст (получать библиотечную, справочную, политическую, экономическую, газетную информацию, биржевые сводки и т.п.).

Все это говорит о том, что российское телевидение и радиовещание, вступив в последнее десятилетие XX в., одновременно вступило в очередной этап своего развития и становления.

Уже сегодня в телевидении широко используется цифровая система представления и обработки сигналов, которая имеет практически неограниченные возможности для оперативной передачи информации.

ПРИМЕЧАНИЯ

1. Егоров В.В. Телевидение: теория и практика. М., 1993. С. 5.
2. См.: Бирюков Н.С. Буржуазное телевидение и его доктрины. М., 1977; Куржиянская А.М. В доме весь мир. М., 1975; Обухов В.В. Ежедневно на малом экране. М., 1972.
3. Советский энциклопедический словарь. М., 1979. С. 1438.
4. Советский энциклопедический словарь. М., 1979. С. 744.
5. Советский энциклопедический словарь. М., 1979. С. 124.
6. Там же. С. 1145.
7. Ленин В.И. ПСС. т. 45. С. 195.
8. Леин В.И. ПСС. т. 45. С. 194–195.
9. Розинг Б.Л. О техническом творчестве и русских

- изобретателях // Правда. 3 октября. 1923.
10. Куржиянская А.М. В доме весь мир. М., 1975. С. 5.
11. Там же.
12. Уральский рабочий. 12 сентября. 1933.
13. Телевидение и радиовещание. 1981. № 11. С. 2.
14. Белковский В. Первая телевизионная передача // Уральский рабочий. 12 декабря. 1953.
15. См.: Боевые ребята: литературно художественный сборник. М., 1956. № 23.
16. О партийной и советской печати, радиовещании.
17. Телевизионная аудитория: структура, ориентация, культурная активность. Свердловск, 1973. С. 102.
18. О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении. М., 1972. С. 552.

УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

№ 2255 от 22 декабря 1993 г.

О совершенствовании государственного управления в сфере массовой информации

В целях совершенствования государственного управления в сфере массовой информации постановляю:

1. Ликвидировать Министерство печати и информации Российской Федерации и Федеральный информационный центр России.

2. Образовать ликвидационную комиссию для решения в установленном порядке вопросов, связанных с ликвидацией Министерства печати и информации Российской Федерации.

Назначить председателем ликвидационной комиссии первого заместителя Председателя Совета Министров — Правительства Российской Федерации Шумейко В.Ф., поручив ему определить состав комиссии.

Осуществить до 15 февраля 1994 года ликвидацию Министерства печати и информации Российской Федерации.

Расходы, связанные с ликвидацией Министерства печати и информации Российской Федерации произвести за счет средств, находящихся на его счетах.

3. Образовать ликвидационную комиссию для решения в установленном порядке вопросов, связанных с ликвидацией Федерального информационного центра России.

Назначить председателем ликвидационной комиссии первого заместителя Председателя Совета Министров — Правительства Российской Федерации Шумейко В.Ф., поручив ему определить состав комиссии.

Осуществить до 15 февраля 1994 года ликвидацию Федерального информационного центра России.

Расходы, связанные с ликвидацией Федерального информационного центра России, произвести за счет средств, находящихся на его счетах и средств республиканского бюджета Российской Федерации.

4. Образовать Федеральную службу России по телевидению и радиовещанию как центральный орган федеральной власти.

Считать основными задачами Федеральной службы России по телевидению и радиовещанию:

- координацию деятельности общероссийских и региональных государственных телерадиовещательных организаций;

- содействие объективному информированию российской и международной общественности о политической, экономической и социально-культурной жизни России;

- участие в подготовке проектов законодательных и иных нормативных актов в области телерадиовещания;

- проведение единой государственной политики при решении производственно-технических и финансовых вопросов, а также вопросов научного обеспечения и подготовки кадров в области телерадиовещания.

5. Передать Федеральной службе России по телевидению и радиовещанию функции Министерства печати и информации Российской Федерации, связанные:

1) С осуществлением государственной политики в сфере деятельности общероссийских и региональных государственных телерадиовещательных организаций;

2) С регистрацией и лицензированием государственных и негосударственных телерадиовещательных организаций.

6. Совету Министров — Правительству Российской Федерации в месячный срок утвердить Положение о Федеральной службе России по телевидению и радиовещанию, ее структуру, штатную численность и порядок финансирования, а также решить вопросы

организационно-технического обеспечения деятельности и размещения Федеральной службы России по телевидению и радиовещанию.

7. Признать утратившим силу абзац второй пункта 3 Указа Президента Российской Федерации от 2 апреля 1993 года №421 «О гарантиях информационной стабилизации в деятельности Российской государственной телерадиокомпании «Останкино». (Собрание актов Президента и Правительства Российской Федерации, 1993, № 14, ст. 1180).

8. Назначить руководителем Федеральной службы России по телевидению и радиовещанию Яковлева Александра Николаевича, первым заместителем руководителя — Лазуткина Валентина Валентиновича.

9. Установить, что бюджетное финансирование и дотирование общероссийских и региональных государственных телерадиовещательных организаций осуществляется через Федеральную службу России по телевидению и радиовещанию.

10. Распространить на руководителя Федеральной службы России по телевидению и радиовещанию и его заместителей условия материально-бытового обеспечения и медицинского обслуживания, установленные соответственно для министров и заместителей министров Российской Федерации.

11. Установить, что Государственный фонд телевизионных и радиопрограмм является учреждением, подведомственным Федеральной службе России по телевидению и радиовещанию, и не подлежит приватизации.

Федеральной службе России по телевидению и радиовещанию утвердить Положение о Государственном фонде телевизионных и радиопрограмм.

12. Образовать Комитет Российской Федерации по печати как центральный орган федеральной исполнительной власти.

Считать Комитет Российской Федерации по печати правопреемником Министерства печати и информации Российской Федерации и Федерального информационного центра России.

13. Совету Министров — Правительству Российской Федерации в месячный срок утвердить Положение о Комитете Российской Федерации по печати, его структуру, штатную численность и порядок финансирования, а также решить вопросы организационно-технического обеспечения его деятельности.

14. Назначить председателем Комитета Российской Федерации по печати Миронова Бориса Сергеевича.

15. Установить, что бюджетное финансирование и дотирование печатных средств массовой информации осуществляются через Комитет Российской Федерации по печати.

16. Совету Министров — Правительству Российской Федерации в месячный срок привести нормативные акты в соответствие с настоящим Указом.

17. Государственно-правовому управлению Президента Российской Федерации представить предложения о внесении изменений в решения Президента Российской Федерации в связи с вступлением в силу настоящего Указа.

18. Настоящий Указ вступает в силу с момента его опубликования.

Президент Российской Федерации
Б. Ельцин

ПОСТАНОВЛЕНИЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

№ 458 от 7 мая 1994 г.

О федеральной службе России по телевидению и радиовещанию

Во исполнение Указа Президента Российской Федерации от 22 декабря 1993 года № 2255 «О совершенствовании государственного управления в сфере массовой информации» (Собрание актов Президента и Правительства Российской Федерации, 1993, № 52, ст. 5067) Правительство Российской Федерации постановляет:

1. Утвердить прилагаемые Положение о Федеральной службе России по телевидению и радиовещанию и ее структуру.

2. Установить предельную численность работников центрального аппарата Федеральной службы России по телевидению и радиовещанию (без персонала по охране и обслуживанию зданий) в количестве 253 единиц.

Министерству финансов Российской Федерации совместно с Федеральной службой России по телевидению и радиовещанию в 2-недельный срок представить в Правительство Российской Федерации предложения о размере фонда оплаты труда работников центрального аппарата Федеральной службы России по телевидению и радиовещанию.

3. Разрешить руководителю Федеральной службы России по телевидению и радиовещанию иметь 5 заместителей, в том числе одного первого, и коллегия в количестве 11 человек.

4. Финансирование расходов на содержание центрального аппарата Федеральной службы России по телевидению и радиовещанию осуществлять за счет ассигнований из федерального бюджета, направляемых на содержание федеральных органов исполнительной власти.

5. Государственному комитету Российской Федерации по управлению государственным имуществом оформить передачу Федеральной службе России по телевидению и радиовещанию в оперативное управление находящегося в федеральной собственности государственного имущества согласно приложению.

Признать утратившим силу пункт 5 постановления Правительства Российской Федерации от 3 марта 1994 года №180 «Вопросы Комитета Российской Федерации по печати» (Собрание актов Президента и Правительства Российской Федерации, 1994 год № 10, ст.796) в части передачи в оперативное управление Комитету Российской Федерации по печати здания, расположенного в г. Москве по ул. Качалова,12.

6. Федеральной службе России по телевидению и радиовещанию:

- совместно с Министерством связи Российской Федерации, другими заинтересованными министерствами и ведомствами в месячный срок представить в Правительство Российской Федерации предложения о порядке регистрации и лицензирования государственных и негосударственных телерадиовещательных организаций;

- совместно с Министерством финансов Российской Федерации и государственными телерадиовещательными организациями в месячный срок привести в соответствие объемы государственного телерадиовещания с объемом его финансирования за счет федерального бюджета;

- в месячный срок внести в Правительство Российской Федерации предложения о реорганизации Российской государственной телерадиокомпания «Останкино».

7. Министерству финансов Российской Федерации осуществлять финансирование общероссийских и региональных государственных телерадиовещательных организаций в установленном порядке через Федеральную службу России по телевидению и радиовещанию.

8. Сохранить порядок осуществления расчетов за услуги по распространению телерадиопрограмм непосредственно между общероссийскими и региональными телерадиовещательными организациями и предприятиями Министерства связи Российской Федерации на договорной основе.

9. Федеральной службе России по телевидению и радиовещанию осуществлять

контроль за целевым использованием средств, выделяемых из федерального бюджета на содержание общероссийских и региональных государственных телерадиовещательных организаций и оплату услуг по распространению телерадиопрограмм предприятиями Министерства связи Российской Федерации.

10. Установить, что Государственный фонд телевизионных и радиопрограмм и Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания являются государственными учреждениями, подведомственными Федеральной службе России по телевидению и радиовещанию.

11. Дополнить перечень должностных лиц, за подписью которых телеграммы категории «правительственная» передаются в приоритетном порядке, утвержденный постановлением Правительства Российской Федерации от 23 апреля 1994 года № 374 «Об утверждении Правил предоставления услуг телеграфной связи» руководителем Федеральной службы России по телевидению и радиовещанию и его заместителями.

12. Министерству иностранных дел Российской Федерации обеспечить в установленном порядке паспортно-визовое обслуживание Федеральной службы России по телевидению и радиовещанию.

*В. Черономырдин, Председатель
Правительства Российской Федерации*

ПРОЕКТ ПРИНЯТ ГОСДУМОЙ ВО ВТОРОМ ЧТЕНИИ 3.09.1997 ГОДА

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О телевизионном вещании и радиовещании (Извлечения)

ГЛАВА I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Предмет регулирования и применения настоящего Федерального закона

1. Настоящий Федеральный закон регулирует отношения в области телерадиовещания в Российской Федерации.
2. Настоящий закон применяется в отношении вещательных организаций и производителей телерадиопродукции, учрежденных в Российской Федерации, а для создаваемых вне ее пределов — только в части, касающейся распространения их информации в Российской Федерации.
3. Правила, установленные настоящим Федеральным законом для эфирного телерадиовещания, применяются в полном объеме при осуществлении телерадиовещания с использованием кабельной или проводной сети, если законодательством Российской Федерации не установлено иное.

Статья 2. Цели настоящего закона

- Настоящим Федеральным законом принимается в целях:
- обеспечения свободного поиска и получения массовой информации,
 - обеспечения объективности и полноты информации о всех сторонах жизни общества, как в целом, так и отдельных субъектов Российской Федерации,
 - создания необходимых условий для сохранения национальной культуры,
 - обеспечения правовой основы организации и деятельности вещательных организаций,
 - реализации государственной политики в области телевизионного и радиовещания,
 - обеспечения учета интересов потребителей, мнений политических, религиозных, национальных, социальных, возрастных и иных групп населения при соблюдении общественных и государственных интересов,
 - установления приоритета национальных производителей и отечественной тематики передач,

- обеспечения духовного и эстетического развития, сохранения и распространения отечественных культурных ценностей,

- установления особенностей лицензирования в области телерадиовещания.

Статья 3. Законодательство Российской Федерации о телерадиовещании

1. Законодательство Российской Федерации о телерадиовещании является частью законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации и состоит из Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации», настоящего Федерального закона, законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации.

2. Если международным договором, в котором участвует Российская Федерация, установлены иные правила, чем те, которые содержатся в законодательстве Российской Федерации о телерадиовещании, то применяются правила международного договора.

Статья 4. Свобода телерадиовещания

1. В Российской Федерации право граждан на свободный поиск, получение, производство и распространение массовой информации посредством телерадиовещания гарантируется государством.

2. Телерадиовещание в Российской Федерации осуществляется свободно и не подлежит ограничениям, за исключением случаев, предусмотренных Конституцией Российской Федерации и законами Российской Федерации.

3. Государство способствует развитию телерадиовещания в целях удовлетворения разнообразных информационных потребностей телезрителей и радиослушателей, широкого распространения образования и культуры, сохранения и укрепления национальной безопасности, общественного согласия, утверждения общественной морали и нравственности, здорового образа жизни и укрепления семьи.

4. В области телерадиовещания не допускаются цензура и создание организационных структур, в обязанности которых входит осуществление цензорских функций, за исключением случаев, предусмотренных федеральными законами.

5. Свобода телерадиовещания несовместима с оскорблением или унижением телезрителей, радиослушателей или других лиц. Ответственность в случае подобных злоупотреблений наступает согласно действующему законодательству.

Свобода телерадиовещания также несовместима с распространением теле- и радиопрограмм, телевизионных и радиовещательных передач, призывающих к совершению уголовно наказуемых деяний, прямо угрожающих безопасности личности или государства, а также теле- и радиопрограмм, телевизионных и радиовещательных передач, разглашающих сведения, составляющие государственную или иную специально охраняемую законом тайну, содержащих призывы к насильственному изменению конституционного строя и нарушению целостности государства, способствующих разжиганию социальной, расовой, национальной и религиозной розни, пропагандирующих войну и жестокость.

Статья 5. Основные понятия.

Понятия, используемые для целей настоящего Федерального закона:

1) телерадиовещание — распространение с использованием электромагнитных волн телевизионных программ (телевизионное вещание), звуковых программ (радиовещание) и дополнительной информации, осуществляемое по эфиру (наземным или спутниковым передатчиком) или по кабельной (проводной) сети, в открытой или закодированной форме, предназначенное для индивидуального приема неограниченным кругом лиц;

2) дополнительная информация — любая информация (буквенная, цифровая, графическая, звуковая), не связанная с содержанием основной программы, передаваемая в составе телерадиовещательного сигнала и предназначенная для индивидуального приема неограниченным кругом лиц;

3) телевизионная (радиовещательная) передача — отдельная законченная в организационном и тематическом отношении часть телевизионной или радиовещательной программы, содержащая сообщения и/или материалы, подготовленная и предназначенная для телевизионного вещания (радиовещания);

4) лицензия на вещание — письменное разрешение, дающее право на телерадиовещание с использованием определенной частоты или полосы частот, кабельной или проводной сети, с учетом местоположения передающих устройств и зоны обслуживания;

5) сетка вещания — перечень, последовательность, наименования и время вещания теле- или радиовещательных передач или дополнительной информации;

7) вещатель — юридическое или физическое лицо, действующее на основании лицензии на вещание, принимающее решение, что такое телерадиовещание должно состояться, формирующее сетку вещания, организующее распространение телерадиопрограмм и дополнительной информации и несущее ответственность за содержание распространяемых им программ;

8) общероссийский вещатель — вещатель, осуществляющий телевизионное вещание и/или радиовещание в зоне обслуживания, включающей территории более, чем половины субъектов Российской Федерации;

9) территориальный вещатель — вещатель, осуществляющий телевизионное вещание и/или радиовещание в зоне обслуживания, включающей территории одного или нескольких, но не более половины субъектов Российской Федерации;

10) ретрансляция — прием и одновременная, независимо от используемых технических средств, полная и неизменяемая передача теле- или радиопрограмм, телевизионных передач, радиовещательных передач, передаваемых вещательной организацией для неограниченного круга лиц;

11) индивидуальный прием — непосредственный прием от передающих устройств теле и/или радиопрограмм, телевизионных и/или радиовещательных передач простыми бытовыми устройствами с антеннами небольших размеров, без права последующей ретрансляции;

12) производитель теле- и радиопроодукции — физическое и/или юридическое лицо, специализирующееся на производстве теле- и/или радиовещательных программ и передач;

13) зона обслуживания — зона действия существующего или планируемого телерадиовещательного передатчика, на которой условия индивидуального приема соответствуют требованиям действующих стандартов и норм;

14) перечень частот телерадиовещания — документ, содержащий списки частот и/или полос частот, выделенных соответствующими уполномоченными федеральными органами исполнительной власти для целей телерадиовещания;

15) сеть телевизионного вещания или радиовещания — совокупность радиочастот, каналов кабельных и проводных сетей, используемых вещательной организацией для целей телевизионного вещания или радиовещания;

16) технические средства телерадиовещания — оборудование, обеспечивающее подготовку теле- или радиопрограмм и их передачу на технические средства связи;

17) трансграничное телерадиовещание — телерадиовещание, при котором зона обслуживания включает в себя территории(ю) других(го) государств(а),

ГЛАВА II. ОРГАНИЗАЦИЯ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЯ

Статья 6. Порядок осуществления телерадиовещания

1. Телерадиовещание в Российской Федерации осуществляется на основании лицензии на вещание.

2. Частоты (частотные полосы), выделенные для телевизионного вещания и радиовещания, являются достоянием государства и предоставляются вещательным организациям для использования в целях телерадиовещания.

Статья 7. Поиск звуковой, визуальной и аудиовизуальной массовой информации

1. Журналисты, производящие телерадиопродукцию, не могут быть ограничены в праве искать и запрашивать информацию, производить записи, в иных своих правах, за исключением случаев, предусмотренных законами Российской Федерации.

2. Журналисты, производящие телерадиопродукцию, могут быть аккредитованы при государственных органах, коммерческих и некоммерческих организациях

на условиях, устанавливаемых аккредитующим органом в соответствии с законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации.

3. Аккредитующие органы (пресс-службы, пресс-центры, пресс-бюро, пресс-агентства) не вправе отказывать в аккредитации журналистам, осуществляющим производство телерадиопродукции, если издан правовой акт об открытии таких пресс-служб (о назначении лиц по связям с прессой). Правовой статус аккредитованного журналиста определяется в соответствии с законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации.

Статья 8. Производство звуковой, визуальной и аудиовизуальной массовой информации

1. Производство звуковой, визуальной и аудиовизуальной массовой информации и дополнительной информации осуществляется производителями теле- и радиопродукции либо самостоятельно вещательными организациями.

2. Отношения между производителями теле- и радиопродукции и вещательными организациями регулируются гражданским законодательством Российской Федерации.

Статья 9. Защита отечественных производителей теле- и радиопродукции

Доля телевизионных и радиовещательных передач отечественного производства, транслируемых по одной сети телевизионного вещания или радиовещания государственного не может быть менее двух третей ежедневного времени телерадиовещания.

Под телевизионными и/или радиовещательными передачами отечественного производства понимаются передачи, производство которых контролируется российскими физическими или юридическими лицами. При этом в данном случае под контролем понимается определяющее влияние на принятие решений.

Статья 10. Телерадиовещание

1. Вещатель осуществляет распространение телевизионных и радиопрограмм, зарегистрированных в качестве средств массовой информации в соответствии с Законом о СМИ.

2. Телерадиовещание осуществляется вещательными организациями посредством использования ими собственных либо арендуемых технических средств связи.

3. При распространении сообщений и материалов, произведенных вещателем другим средством массовой информации, ссылка на эту вещательную организацию, обязательна.

4. Ретрансляция теле- или радиопрограмм, телевизионных или радиовещательных передач допускается только на основании договора, заключенного между вещательной организацией и организацией, осуществляющей ретрансляцию.

Статья 11. Распространение официальных сообщений и материалов федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления

1. Порядок распространения вещателем официальных сообщений или материалов о деятельности федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления устанавливается федеральным законом.

2. Должностные лица указанных выше органов не могут принимать решения об обязательном распространении вещателем сообщений или материалов, кроме случаев предусмотренных федеральным законом.

Статья 12. Распространение рекламы

Условия и порядок распространения вещательными организациями рекламы устанавливается законодательством Российской Федерации о рекламе...

...Статья 14. Распространение предвыборной агитации

Условия и порядок распространения вещательными организациями предвыборных агитационных материалов устанавливается законодательством Российской Федерации о выборах.

Статья 15. Экстренное телерадиовещание

1. Экстренное телерадиовещание от имени федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации осуществляется

в случаях объявления чрезвычайного или военного положения, а также при стихийных бедствиях, эпидемиях, эпизоотиях, катастрофах.

2. Сеть телевизионного вещания или радиовещания и время для экстренного телерадиовещания предоставляется Президенту Российской Федерации, в случае объявления им чрезвычайного положения.

Кроме того сеть телевизионного вещания или радиовещания и время для экстренного телерадиовещания вправе затребовать Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, Правительство Российской Федерации.

Сеть телевизионного вещания или радиовещания территориальной вещательной организации и время для экстренного телерадиовещания предоставляется органам законодательной (представительной) власти и высшим должностным лицам органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления, в пределах установленной компетенции.

Правила такого вещания устанавливаются законодательством Российской Федерации.

3. В случае установления несоответствия закону указа Президента Российской Федерации об объявлении чрезвычайного положения, либо несоответствия закону иных законодательных актов, касающихся чрезвычайного положения, Конституционный Суд Российской Федерации также вправе затребовать сеть телевизионного вещания или радиовещания и время для экстренного телерадиовещания.

Статья 16. Осуществление телерадиовещания в особых ситуациях

В интересах обеспечения безопасности военнослужащих и сотрудников правоохранительных органов, выполняющих законные действия по восстановлению законности и правопорядка, а также членов их семей, не допускается обнародование вещателем сведений о местах дислокации (передислокации) воинских частей, о ходе специальных операций, персональных данных военнослужащих, и других сведений, которые могут быть использованы лицами, в отношении которых указанные действия производятся.

Статья 17. Ограничения на телевизионное и радиовещание

1. Федеральная комиссия по телерадиовещанию в целях защиты нравственности граждан, в особенности, детей и подростков, может рекомендовать федеральному органу исполнительной власти по государственному регулированию и контролю в области телерадиовещания устанавливать градацию теле- и/или радиопрограмм по возрастным категориям, влекущую за собой выполнение вещателем соответствующих требований.

2. Объявление о теле- и радиопрограммах, телевизионных и радиовещательных передачах, получивших ограничение для определенных возрастных категорий, должно осуществляться перед началом показа и после окончания каждой рекламной паузы. При анонсировании данной продукции обязательное указание о возрастной рекомендации просмотра также включается в анонсы.

3. В течение всей теле- и радиопрограммы, телевизионной и радиовещательной передачи, получивших ограничения для определенных возрастных категорий, должен присутствовать установленный федеральным органом исполнительной власти по государственному регулированию и контролю в области телерадиовещания символ, надпись, звуковой сигнал, предупреждающие о характере программы или передачи.

Статья 18. Обязанности вещателей

1. Вещатели обязаны:

предупреждать телезрителей и радиослушателей о платности их программ;

не разглашать данные предварительного следствия, ставшие известными в связи с выполнением должностных обязанностей, без письменного разрешения прокурора, следователя или лица, производящего дознание;

не распространять информацию, нарушающую презумпцию невиновности, либо предопределяющую решение суда, а также нарушающую права потерпевших;

не разглашать информацию о частной жизни лица, его персональных данных без его согласия, за исключением случаев, предусмотренных федеральными законами Российской Федерации...

...Статья 21. Деятельность в области связи для целей телерадиовещания

1. Юридическим и физическим лицам, имеющим в собственности средства связи, используемые для целей телерадиовещания, либо имеющим намерение приобрести право собственности на средства связи для целей телерадиовещания, федеральные органы исполнительной власти в области связи в соответствии с законодательством Российской Федерации осуществляют:

1) присвоение радиочастот (полос частот), занесенных в Перечень частот телерадиовещания, используемых и планируемых для целей телерадиовещания;

2) оформление документов, необходимых для осуществления деятельности в области связи для целей телерадиовещания.

2. Государственные предприятия связи (операторы связи), действующие в области телерадиовещания, предоставляют услуги по распространению телерадиопрограмм и отдельных телевизионных и радиовещательных передач вещательных организаций на основе тарифов, регулируемых государством в соответствии с законодательством Российской Федерации. Размеры тарифов устанавливаются Правительством Российской Федерации.

Статья 22. Благотворительная и спонсорская деятельность в области телерадиовещания

1. Благотворительная и спонсорская деятельность в области телерадиовещания является некоммерческой деятельностью физических и юридических лиц, осуществляющих финансирование вещательных организаций и /или производителей теле- или радиопрограмм и отдельных телевизионных и радиовещательных передач.

2. Благотворительное финансирование и спонсирование государственных вещательных организаций не допускается;

3. Запрещается благотворительное финансирование и спонсирование: информационных телевизионных и радиопрограмм, телевизионных и радиовещательных передач;

со стороны политических партий, иных политических объединений, а также лиц, занимающихся политической деятельностью.

4. Теле- или радиопрограмма, телевизионная или радиовещательная передача, финансируемая субъектом благотворительной деятельности или спонсором, должна содержать четкие и понятные сообщающие об этом титры, символы, надписи или объявления, транслируемые исключительно в начале или конце теле- и радиопрограмм, телевизионной и радиовещательной передачи.

5. В случае, если субъектами благотворительной деятельности и спонсорами в области телерадиовещания являются юридические и физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность, объектом которой являются товары и услуги, теле- и радиореклама которых запрещена законодательством Российской Федерации, такие телерадиопрограммы, телевизионные или радиовещательные передачи, не должны содержать сведения о субъектах благотворительной деятельности и спонсорах.

ГЛАВА III. ВЕЩАТЕЛИ

Статья 22. Виды вещателей

1. В Российской Федерации действуют коммерческие и некоммерческие вещатели.

Вещатели, не имеющие извлечения прибыли в качестве цели своей деятельности и не распределяющие полученную прибыль между участниками, являются некоммерческими вещательными организациями. К ним относятся:

- государственные вещательные организации;
- муниципальные вещательные организации;
- общественные вещательные организации;
- иные некоммерческие вещательные организации.

На государственных вещателей распространяется статус учреждений культуры.

Вещатели, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности, являются коммерческими вещательными организациями.

2. Физическое лицо, имеющее статус индивидуального предпринимателя, может выступать в качестве вещателя. При этом по отношению к нему применяются правила, установленные для коммерческих вещателей.

Статья 24. Государственные вещатели

1. Государственные вещатели — юридическое лицо, имеющее статус государственного учреждения, образуемое федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации.

2. Государственные вещательные организации создаются с целью обеспечения государством конституционного права граждан на свободное получение информации, в том числе политической, экономической, образовательной, научно-просветительской и иной социально-значимой информации;

3. Задачи государственных вещательных организаций определяются целью их создания и заключаются:

1) в отражении официальной позиции органов государственной власти в тех или иных вопросах политической и общественной жизни страны;

2) в осуществлении национального телерадиовещания в соответствии с лучшими традициями отечественной культуры на уровне, отвечающем мировым техническим стандартам;

3) в осуществлении обязанности государства обеспечить право на свободный поиск и получение информации гражданам с определенными физическими недостатками;

4) в осуществлении такой информационной политики, которая бы способствовала сохранению безопасности и целостности государства...

Статья 26. Финансирование государственных вещательных организаций

1. Финансирование деятельности государственных вещательных организаций осуществляется за счет средств федерального бюджета и бюджетов субъектов Российской Федерации. В расходной части федерального бюджета вышеупомянутые расходы предусматриваются отдельной строкой.

2. Объемы вещания государственных вещательных организаций, утверждаемые федеральным органом исполнительной власти по государственному регулированию и контролю в области телерадиовещания, являются обязательными к исполнению и их финансирование гарантируется государством.

Статья 27. Муниципальные вещатели

1. Муниципальный вещатель — юридическое лицо, имеющее статус некоммерческой организации, образуемое органами местного самоуправления.

2. Муниципальные вещатели могут создаваться с целью обеспечения права граждан на получение информации о местных событиях и на участие в решении различных вопросов, имеющих местное значение.

Статья 28. Финансирование муниципальных вещательных организаций

Финансирование муниципальных вещательных организаций осуществляется преимущественно за счет муниципального бюджета...

...Статья 31. Коммерческие вещатели

1. Коммерческие вещатели формируют сетку вещания самостоятельно с учетом требований настоящего закона, иных федеральных законов.

2. Вмешательство государственных органов в деятельность коммерческих вещательных организаций не допускается, за исключением предусмотренных законом случаев.

Статья 32. Финансирование коммерческих организаций

Финансирование коммерческой вещательной организации осуществляется за счет продажи эфирного времени вещательной организации под размещение рекламы, спонсорских поступлений и доходов от иных, не запрещенных законодательством, видов хозяйственной деятельности.

Статья 33. Продукция для государственных нужд

1. Любая вещательная организация, независимо от формы собственности, может брать на себя выполнение заказа государственных организаций, учреждений и ведомств

по изготовлению и распространению продукции для государственных нужд, и, прежде всего, для нужд обороны, безопасности, охраны правопорядка, культуры, науки, образования и здравоохранения.

2. Оплата продукции для государственных нужд, произведенной вещательными организациями, не являющимися государственными, осуществляется из бюджета соответствующих государственных организаций, учреждений и ведомств.

3. Правительство Российской Федерации имеет право формировать перечень программ и передач, прежде всего, для детей и юношества, глухих и плохо слышащих, справочных, учебных, образовательных, которые относятся к продукции для федеральных государственных нужд.

Статья 34. Контроль вышедших в эфир теле- и радиопрограмм, телевизионных и радиовещательных передач

1. В вышедших в эфир теле- и радиопрограммах, телевизионных и радиовещательных передачах осуществляется контроль:

- 1) телерадиовещания в период проведения выборов или референдума;
- 2) распространения рекламы;
- 3) распространения специализированных теле- и радиопрограмм, телевизионных и радиовещательных передач эротического характера;
- 4) соблюдения установленных возрастных ограничений;
- 5) осуществления благотворительной деятельности и спонсорства в области телерадиовещания;
- 6) распространения дополнительной информации, в том числе теле- и видеотекста, за исключением дополнительной информации, связанной с содержанием основной программы;
- 7) распространения вступивших в законную силу решений суда, содержащих адресные требования об их опубликовании;
- 8) соблюдения законодательства Российской Федерации, в том числе — об авторском праве и смежных правах и о средствах массовой информации;
- 9) осуществления телерадиовещания на территориях, на которых в соответствии с федеральным конституционным законом введено чрезвычайное положение;
- 10) технического качества телевизионных и радиовещательных передач.

2. По запросу уполномоченного Правительством Российской Федерации органа по государственному регулированию и контролю в области телерадиовещания, направленного в течение установленного настоящим Федеральным законом срока хранения фонограмм или видеофонограмм вышедших в эфир или распространенных по кабельной или проводной сети теле- и радиопрограмм, телевизионных и радиовещательных передач, вещательные организации предоставляют запрашиваемые материалы в срок не превышающий десяти дней с момента получения запроса.

Статья 35. Выходные данные

Вещательные организации обязаны ежедневно сообщать в эфире свои наименования, сведения о символике (позывной, эмблема), а также иные выходные данные, если это предусмотрено законодательством Российской Федерации.

Статья 36. Кодексы вещания

Каждая вещательная организация с соблюдением требований законодательства принимает кодекс вещания — внутренний документ, определяющий концептуальные положения организации телерадиовещания, правила журналистской этики, профессиональной ответственности сотрудников, требования к культурному уровню, художественному качеству и профессиональному мастерству создания теле- и радиопрограмм, телевизионных и радиовещательных передач определенной тематики или специализации, иные стандарты производства и распространения теле- и радиопрограмм, а также дополнительной информации.

Статья 37. Деятельность вещательных организаций в области распространения культуры и образования

1. Вещательные организации должны способствовать развитию культуры и образования Российской Федерации.

2. Государство посредством лицензионной и иной законной политики поощряет создание теле- и радиопрограмм, отдельных телевизионных и радиовещательных передач, направленных на повышение уровня образования, эстетическое и нравственное воспитание телезрителей и радиослушателей, их приобщение к духовному богатству отечественной и мировой культуры, формирование у них творческих начал и художественных вкусов.

ГЛАВА IV. ОРГАНЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО И ОБЩЕСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЯ

Статья 38. Цели государственного регулирования в области телерадиовещания

Государственное регулирование в области телерадиовещания осуществляется в целях обеспечения свободы слова и свободы массовой информации, прав и законных интересов телезрителей и радиослушателей, производителей и распространителей массовой звуковой, визуальной и аудиовизуальной информации и дополнительной информации, разработки и осуществления государственной политики в области телерадиовещания, в том числе в области лицензирования телерадиовещания, в также рационального использования естественно ограниченного ресурса частот, выделенных для целей телерадиовещания.

Государственное регулирование в области телерадиовещания осуществляет Правительство Российской Федерации в лице уполномоченного федерального органа исполнительной власти по государственному регулированию и контролю в области телерадиовещания.

Статья 40. Федеральная комиссия по телерадиовещанию

1. Федеральная комиссия по телерадиовещанию — специально уполномоченный орган общественного регулирования и контроля в области телерадиовещания, действующий на общественных началах при Президенте Российской Федерации. Федеральная комиссия по телерадиовещанию образует территориальные комиссии по телерадиовещанию.

Федеральная комиссия по телерадиовещанию вырабатывает совместно с Правительством Российской Федерации в лице федерального органа исполнительной власти, к компетенции которого относятся вопросы телерадиовещания, государственную политику Российской Федерации в области телерадиовещания.

2. При осуществлении своей деятельности Федеральная комиссия (территориальные комиссии) по телерадиовещанию независимы от органов государственной власти и органов местного самоуправления...

...Статья 42. Территориальные комиссии по телерадиовещанию

1. Федеральная комиссия по телерадиовещанию в случае необходимости может передавать часть своих полномочий формируемым ею территориальным комиссиям по телерадиовещанию.

2. Территориальные комиссии по телерадиовещанию являются структурными подразделениями Федеральной комиссии по телерадиовещанию. Порядок деятельности Федеральной (территориальной) комиссии по телерадиовещанию устанавливается Регламентом Федеральной (территориальной) комиссии по телерадиовещанию, принимаемым не менее чем двумя третями членов Федеральной комиссии по телерадиовещанию.

Статья 44. Деятельность некоммерческих профессиональных объединений телерадиовещателей и производителей теле- и радиопрограмм, телевизионных и радиовещательных передач

Некоммерческие профессиональные объединения (ассоциации, союзы), осуществляют общественный контроль, участвуют в общественном регулировании в области телерадиовещания и в этом качестве:

привлекаются к участию в разработке требований к телевизионному вещанию и радиовещанию, в том числе проектов законов и иных нормативных правовых актов;

участвуют в разработке и принятии вещательными организациями кодексов вещания;

в предусмотренном законом порядке содействуют защите законных прав и интересов телезрителей и радиослушателей, вещательных организаций и их сотрудников; имеют право вносить на рассмотрение Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, Президента Российской Федерации кандидатуры членов Федеральной комиссии по телерадиовещанию;

проводят независимую экспертизу телевизионного вещания и радиовещания на предмет их соответствия требованиям законодательства Российской Федерации о телевизионном вещании и радиовещании направляют соответствующие рекомендации вещательным организациям, в федеральный орган исполнительной власти по государственному регулированию и контролю в области телерадиовещания, в Федеральную комиссию по телевизионному вещанию и радиовещанию (территориальные комиссии);

могут привлекаться федеральным органом исполнительной власти по государственному регулированию и контролю в области телерадиовещания при осуществлении ими выдачи и аннулировании лицензий на вещание, а также контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о телевизионном вещании и радиовещании.

ГЛАВА V. ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБЛАСТИ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЯ

Статья 45. Лицензирование телерадиовещания

Лицензирование телерадиовещания осуществляется Правительством Российской Федерации в лице федерального органа исполнительной власти по государственному регулированию и контролю в области телерадиовещания (лицензионным органом) в соответствии с законодательством Российской Федерации о лицензировании и положениями настоящего Федерального закона, устанавливающими особенности лицензирования в области телерадиовещания.

Статья 46. Право на обладание лицензией на вещание

Держателями лицензий не на вещание могут быть коммерческие и некоммерческие организации, контролируемые иностранными юридическими или физическими лицами. При этом, в данном случае, под контролем понимается определяющее влияние на принятие решений. Возможность такого контроля устанавливает суд.

Статья 47. Конкурс на получение лицензии на вещание

1. В случае подачи заявления на получение лицензии на вещание на организацию телерадиовещания с использованием одной и той же частоты (полосы частот) из Перечня частот телерадиовещания, либо в случае сходных условий телерадиовещания, предложенных несколькими заявителями, в пределах одной зоны обслуживания, лицензии на вещание выдаются на конкурсной основе.

Предпочтение отдается заявителю, победившему в творческом конкурсе.

2. В определенных случаях может быть объявлен открытый конкурс на получение лицензии на вещание. Данный конкурс может проводиться как на творческой основе, так и на основе максимального финансового предложения.

3. Конкурсы проводятся лицензионным органом при содействии Федеральной комиссии по телерадиовещанию. Лицензионный орган осуществляет окончательный выбор претендента с учетом рекомендации Федеральной комиссии по телерадиовещанию.

4. Заявители, изъявившие желание участвовать в конкурсе, должны внести единовременный сбор, в размере, определяемом Правительством Российской Федерации.

Статья 48. Гарантии прав вещателей

1. Лицензия на вещание является единственным необходимым законным основанием для использования частот, кабельной или проводной сети на территории Российской Федерации для целей телерадиовещания, если иное не установлено настоящим Федеральным законом.

2. Лицензии на вещание, дающие право на использование частот (полос частот) для целей эфирного телерадиовещания (радиочастот), предоставляются в соответствии с Перечнем частот телерадиовещания...

...4. Лицензия на вещание является основанием для заключения договора аренды средств связи для целей телерадиовещания между вещательной организацией и собственником средств связи либо государственным или муниципальным унитарным предприятием, владеющим указанными средствами связи на правах хозяйственного ведения или оперативного управления, либо для приобретения вещательной организацией права собственности на средства связи для целей телерадиовещания.

...Статья 50. Заявление на получение лицензии на вещание

1. В заявлении на получение лицензии на вещание указываются:

- 1) способ распространения информации;
- 2) примерная тематика и специализация телерадиовещания;
- 3) периодичность и максимальный объем телерадиовещания;
- 4) языки телерадиовещания;
- 5) предлагаемая зона обслуживания;

6) сведения о наличии у заявителя ранее выданных лицензий на вещание и об учрежденных им средствах массовой информации, а также перечень средств массовой информации, производством или распространением которых занимается заявитель...

Статья 51. Предоставление лицензии на вещание

1. При предоставлении лицензии на вещание учитываются:

- 1) соответствие условий заявителя конкурсным условиям;
- 2) профессиональные, технические и финансовые возможности заявителя осуществлять телерадиовещание с заявленными характеристиками;
- 3) результаты открытого заслушивания представителей заявителей и иных конкурсных процедур.

2. Заявитель, претендующий на получение лицензии на вещание, дающей право на использование кабельной или проводной сети для целей телерадиовещания, должен представить техническое предложение создания кабельной и проводной сети, согласованное с органами местного самоуправления.

3. Согласование с заявителем необходимых условий лицензии на вещание и выбор вещательной организации должны быть осуществлены не позднее чем через шестьдесят дней после регистрации заявления в лицензионном органе или не позднее чем через тридцать дней после истечения срока, установленного для подачи заявлений на получение лицензий на вещание в соответствии с Перечнем частот телерадиовещания.

4. Государственным вещательным организациям лицензия на вещание оформляется без проведения конкурса.

Статья 52. Отказ в выдаче лицензий на вещание

Отказ в выдаче лицензии на вещание возможен по следующим основаниям:

1) если заявление на получение лицензии на вещание подано лицом, которое в соответствии с настоящим Федеральным законом не может являться держателем лицензии на вещание;

2) если в результате конкурса заявитель не выбран...

...Статья 54. Выдача лицензии на вещание

Лицензионный орган выдает лицензию на вещание после представления соискателем лицензии документа, подтверждающего оплату лицензионного сбора, при этом некоммерческие организации освобождаются от уплаты лицензионного сбора.

...Статья 55. Срок действия лицензии на вещание

1. Первоначальный срок действия лицензии на вещание составляет:

- 1) двенадцать лет — на использование кабельных или проводных сетей;
- 2) шесть лет — на использование частот для эфирного телевидения (радиочастот);
- 3) пять лет — на использование частот для эфирного радиовещания (радиочастот).

2. Продление действия лицензии на вещание на новый срок производится в соответствии с законодательством Российской Федерации о лицензировании.

Статья 58. Приостановление действия и аннулирование лицензии на вещание

1. Действие лицензии на вещание может быть приостановлено в случаях, предусмотренных законодательством о лицензировании.

2. Аннулирование лицензии на вещание, помимо оснований, предусмотренных законодательством о лицензировании, возможно в следующих случаях:

1) если нарушены ограничения числа сетей телевизионного вещания или радиовещания для одной вещательной организации;

2) если держателем лицензии на вещание повторно, после письменного предупреждения, были нарушены положения настоящего Федерального закона;

3) если держатель лицензии на вещание в пределах срока ее действия в течении шести и более месяцев не осуществлял телерадиовещание;

4) если держатель лицензии на вещание не представил или представил с нарушением сроков фонограмм и/или видеофонограмм вышедших в эфир или распространенных по кабельной или проводной сети теле- и радиопрограмм, телевизионных и радиовещательных передач, запрошенных в установленном настоящим Федеральным законом порядке уполномоченным Правительством Российской Федерации органом по государственному регулированию и контролю в области телерадиовещания.

Правомерность аннулирования лицензии на вещание может быть обжалована в судебном порядке. Уплаченный лицензионный сбор возврату не подлежит. За убытки, понесенные вещательной организацией в последствии правомерного аннулирования лицензии на вещание лицензионный орган ответственности не несет.

ГЛАВА VI. ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЕ БЕЗ ЛИЦЕНЗИИ НА ВЕЩАНИЕ

Статья 59. Условия телерадиовещания без лицензии на вещание

1. Для использования кабельной или проводной сети не требуется лицензия на вещание, если:

1) число приемных устройств сети не превышает десяти;

2) зона обслуживания ограничена помещениями зданий и территорией, на которой находится одно юридическое лицо, за исключением гостиниц, гостиничных комплексов, домов отдыха и иных юридических лиц, использующих собственные либо арендуемые помещения для временного пребывания физических лиц за плату.

2. Не требуется лицензия на вещание, если телерадиовещание предполагается осуществлять в течение срока, не превышающего сорока пяти дней, в связи с проведением массовых, спортивных мероприятий или тожеств на основании временного разрешения (упрощенной формы лицензии на вещание), выдаваемого лицензионным органом.

3. Экстренное телерадиовещание осуществляется в соответствии с настоящим Федеральным законом без лицензии на вещание.

4. Телерадиовещание без лицензии на вещание не должно приводить к ухудшению качества индивидуального приема населением теле- или радиопрограмм иных вещательных организаций в зоне обслуживания телерадиовещания без лицензии, а также создавать помехи иным радиопередающим и/или радиоприемным средствам связи.

5. Телерадиовещание без лицензии на вещание, осуществляемое с нарушением требований настоящего Федерального закона, не допускается и подлежит немедленно прекращению.

Статья 60. Уведомление о телерадиовещании без лицензии на вещание

1. Лицо, ответственное за осуществление телерадиовещания без лицензий на вещание, обязано направить в лицензионный орган уведомление в письменной форме об организации такого телерадиовещания в срок не позднее сорока дней до начала вещания.

2. Указанное уведомление должно содержать сведения о:

1) лице, ответственном за осуществление такого телерадиовещания;

2) зоне обслуживания;

3) предполагаемом максимальном числе телезрителей или радиослушателей;

4) примерной тематике и специализации телерадиовещания;

5) времени телерадиовещания.

ГЛАВА VII. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИИ

Статья 61. Ответственность за нарушение настоящего Федерального закона

Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о телерадиовещании наступает на основании и в порядке, установленных настоящим Федеральным законом и иными законодательными актами Российской Федерации.

Статья 62. Разрешение споров

Споры, возникающие из правоотношений, регулируемых настоящим Федеральным законом, разрешаются судом, арбитражным судом или третейским судом в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Статья 69. Возмещение убытков

Убытки, причиненные вещателю или вещателем в результате незаконных деяний в области телерадиовещания, подлежат возмещению в соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации.

*Бюллетень «Законодательство и практика средств массовой информации».
Выпуск 9 (37). Сентябрь. 1997.*

УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

№ 2258 от 22 декабря 1993 г.

О создании холдинговой компании «Российский государственный телерадиотехнический центр «Эфир» и Российской государственной радиовещательной компании «Голос России»

В целях повышения уровня инженерно-технического обеспечения деятельности российских государственных и негосударственных телерадиовещательных организаций, а также координации научно-исследовательской деятельности в области телерадиовещания постановляю:

1. Совету Министров — Правительству Российской Федерации:

учредить холдинговую компанию «Российский государственный телерадиотехнический центр «Эфир» (далее именуется — холдинговая компания «РТТЦ «Эфир») в форме акционерного общества с внесением в ее уставный капитал акций акционерных обществ, образуемых на базе государственных предприятий по техническому обеспечению деятельности российских государственных телерадиокомпаний согласно приложению;

утвердить Устав холдинговой компании «РТТЦ «Эфир», предусмотрев при эмиссии акций этой компании выпуск «Золотой акции»;

сформировать руководящие органы холдинговой компании «РТТЦ «Эфир», назначив представителей Совета Министров — Правительства Российской Федерации в совет директоров указанной компании.

Установить, что председателем первого совета директоров холдинговой компании «РТТЦ «Эфир» при ее образовании является по должности первый заместитель руководителя Федеральной службы России по телевидению и радиовещанию.

2. Установить, что работники государственных предприятий, преобразуемых на основании настоящего Указа в акционерные общества, и приравненные к этим работникам лица в процессе приватизации в соответствии с избранным вариантом льгот получают акции холдинговой компании «РТТЦ «Эфир» исходя из количества акций предприятия, внесенных в холдинговую компанию.

Закрепить в федеральной собственности сроком на 3 года акции холдинговой компании «РТТЦ «Эфир», остающиеся после предоставления льгот трудовым коллективам.

3. В целях обеспечения радиовещания на зарубежные страны, освещения политической, экономической, социальной и культурной жизни Российской Федерации, а

также подготовки радиопрограмм для соотечественников, проживающих за рубежом, создать на базе творческо-производственного объединения «Международное московское радио» Российской телерадиокомпании «Останкино» Российскую государственную радиовещательную компанию «Голос России».

4. Федеральной службе России по телевидению и радиовещанию в месячный срок разработать и представить на утверждение в Совет Министров — Правительство Российской Федерации проект Положения о Российской государственной радиовещательной компании «Голос России» и предложения по ее структуре, штатной численности и порядку финансирования компании.

5. Совету министров — Правительству Российской Федерации в месячный срок привести нормативные акты в соответствие с настоящим Указом.

6. Государственно-правовому управлению Президента Российской Федерации представить предложения о внесении изменений в решения Президента Российской Федерации в связи с подписанием настоящего Указа.

7. Настоящий Указ вступает в силу с момента опубликования.

Президент Российской Федерации
Б. Ельцин

УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

№1019 от 6 октября 1995 г.

О совершенствовании телерадиовещания в Российской Федерации

В целях совершенствования телерадиовещания в Российской Федерации и повышения эффективности государственной поддержки электронных средств массовой информации постановляю:

1. Придать статус «общероссийская» телерадиовещательным организациям, осуществляющим вещание на территории более чем половины субъектов Российской Федерации — акционерному обществу «Общественное российское телевидение», Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании, государственной телерадиокомпания «Петербург-5 канал», радиостанциям «Радио-1», «Маяк» и «Юность — молодежный канал».

2. Одобрить предложение Правительства Российской Федерации о ликвидации Российской государственной телерадиокомпания «Останкино».

Правительству Российской Федерации осуществить в установленном порядке необходимые финансовые и организационно-правовые мероприятия, связанные с ликвидацией Российской государственной телерадиокомпания «Останкино».

3. Освободить общероссийские телерадиовещательные организации от обязательной продажи части валютной выручки при условии направления указанных валютных средств на развитие их материально-технической базы.

Федеральной службе России по валютному и экспортному контролю обеспечить контроль за целевым использованием указанных валютных средств.

4. Правительству Российской Федерации:

завершить разработку проекта федеральной целевой программы развития телерадиовещания в Российской Федерации, предусмотрев в ней для региональных государственных телерадиовещательных организаций создание собственных сетей распространения программ, имея в виду доленое финансирование их создания за счет средств федерального и соответствующих бюджетов субъектов Российской Федерации;

определить порядок отнесения продукции общероссийских и региональных государственных телерадиовещательных организаций, а также услуг организаций связи по ее распространению к продукции для федеральных государственных нужд, предусмотрев при этом, что оплата услуг организаций связи по распространению программ

общероссийских и региональных государственных телерадиовещательных организаций, включая рекламу продукции (работ, услуг) российских производителей товаров и услуг, осуществляется на основе тарифов, предусмотренных для бюджетных организаций;

обеспечить скорейшее заключение международных договоров Российской Федерации с государствами — участниками Содружества Независимых Государств, Латвийской Республикой, Литовской Республикой, Эстонской Республикой о порядке и условиях распространения программ общероссийских телерадиовещательных организаций;

принять необходимые меры по исключению возможностей несанкционированного прерывания трансляций общероссийских телерадиовещательных организаций на всей территории Российской Федерации;

определить форму привлечения иностранных инвестиций для завершения строительства, оснащения и ввода в эксплуатацию Центра по производству программ (г. Москва, ул. Шаболовка, 35) и станции приема передачи программ (г. Клин, Московская область) Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании, а также для завершения реконструкции Центра космической связи (г. Петушки, Владимирская область), Информационного телеграфного агентства России;

утвердить общее положение о региональных государственных телерадиовещательных организациях как государственных учреждениях, приравненных по своему статусу к учреждениям культуры;

учредить Российскую государственную радиовещательную компанию «Голос России», радиостанции «Радио-1», «Орфей» и «Юность — молодежный канал» как государственные учреждения и утвердить их уставы;

преобразовать Всероссийскую государственную телевизионную и радиовещательную компанию, Государственный Дом радиовещания и звукозаписи, Телевизионный технический центр, Главный информационно-вычислительный центр, специализированное автотранспортное предприятие «Спецавтотелерадио», объединение «Телерадиосервис» в государственные унитарные предприятия и в месячный срок утвердить их уставы;

утвердить устав Государственного фонда телевизионных и радиопрограмм, предусмотрев возможность использования фондовых материалов различными телерадиовещательными организациями на договорной основе и в соответствии с Законом Российской Федерации «Об авторской праве и смежных правах»;

рассмотреть возможность преобразования в акционерные общества радиостанций «Маяк» и «Юность — молодежный канал», а также (с учетом предложений мэрии Санкт-Петербурга) государственной телерадиокомпания «Петербург — 5 канал» при условии закрепления в федеральной собственности по 51 проценту акций каждого акционерного общества;

решить по согласованию с мэрией Санкт-Петербурга и органами исполнительной власти других субъектов Российской Федерации в месячный срок вопрос о создании в рамках государственной телерадиокомпания «Петербург — 5 канал» общероссийского телерадиовещательного канала «ТВ-Регион».

5. Установить, что до реализации федеральной целевой программы развития отечественного телевидения и радиовещания вещание региональных государственных телерадиовещательных организаций, в том числе имеющих общественную сеть распространения программ, может осуществляться по сетям распространения государственной телерадиокомпания «Петербург-5 канал» и Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании исключительно на договорной основе с этими компаниями.

6. Федеральной службе России по телевидению и радиовещанию произвести при необходимости переоформление лицензий на теле- и/или радиовещание в соответствии с настоящим Указом.

7. Правительству Российской Федерации в месячный срок привести нормативные акты в соответствии с настоящим Указом.

8. Государственно-правовому управлению Президента Российской Федерации представить предложения о внесении изменений в решения Президента Российской Федерации в связи с вступлением в силу настоящего Указа.

9. Настоящий Указ вступает в силу с момента его опубликования.

Российская газета. 11.11.1995 г.

УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

№2259 от 22 декабря 1993 г.

Об эксплуатации восьмого частотного канала телевидения (г.Москва) и сети его распространения

В целях повышения качества телевидения и развития негосударственного телевидения в России постановляю:

1. Принять предложение телекомпании НТВ о начале в 1994 году в порядке эксперимента по восьмому частотному каналу телевидения (г.Москва) программ телекомпании НТВ.

Совету Министров — Правительству Российской Федерации рассмотреть вопрос об участии государства в составе учредителей телекомпании НТВ.

2. Министерству связи Российской Федерации обеспечить трансляцию программ телекомпании НТВ по восьмому частотному каналу телевидения (г.Москва) с сохранением сети и условий его распространения.

3. Федеральной службе России по телевидению и радиовещанию и Министерству связи Российской Федерации в соответствии с законодательством Российской Федерации в месячный срок:

в установленном порядке рассмотреть вопрос об условиях выдачи телекомпанией НТВ лицензий на вещание и на деятельность по связи в области телевидения;

решить вопрос о закреплении восьмого частотного канала телевидения (г.Москва) и сети его распространения за телекомпанией НТВ (с 18 часов до окончания программ ежедневно, с общим объемом вещания 58 часов в неделю). Принять к сведению договоренность Национального фонда спорта и телекомпании НТВ о выделении до 2 часов вещания в день для пропаганды физической культуры и спорта;

решить вопрос о закреплении утренних и дневных часов вещания (до 18 часов ежедневно) на восьмом частотном канале телевидения (г.Москва) для трансляции передач телеканала «Российские университеты» с целью показа культурно-просветительных, образовательных, научно-популярных программ, а также специализированных программ по проблемам предпринимательства, земельной реформы, приватизации, конверсии, налоговой системы, банковской и страховой деятельности.

4. Настоящий Указ вступает в силу с момента его опубликования.

*Президент Российской Федерации
Б.Ельцин*

ИЗ УКАЗА ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

от 6 июня 1996 г.

О мерах по укреплению дисциплины в системе государственной службы

Нарушения, неисполнение или ненадлежащее исполнение федеральных законов и указов Президента Российской Федерации чаще всего проявляются в нарушении порядка реализации норм и сроков исполнения поручений, установлении не предусмотренных федеральными законами и указами Президента Российской Федерации процедур для реализации прав граждан, выполнении норм и поручений не в полном объеме либо искажений их содержания.

...Неисполнение федеральных законов, указов Президента Российской Федерации и решений судов не только дискредитирует государственную власть, создает условия для коррупции и злоупотреблений, но и нарушает права и свободы граждан, подрывает основы конституционного строя России.

В целях обеспечения исполнительской дисциплины в системе государственной службы и в соответствии со статьей 80 Конституции Российской Федерации постановляю:

1. Установить, что однократным грубым нарушением дисциплины в системе государственной службы, влекущим применение к виновным должностным лицам и работникам федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации мер дисциплинарной ответственности, вплоть до освобождения от занимаемой должности, являются:

нарушение федеральных законов, указов Президента Российской Федерации;

неисполнение или ненадлежащее исполнение федеральных законов, указов Президента Российской Федерации и вступивших в законную силу решений судов.

... 3. Руководители федеральных органов исполнительной власти и главы исполнительной власти субъектов Российской Федерации обязаны:

рассматривать не позднее трех дней сообщения, опубликованные в средствах массовой информации, в том числе в теле- и радиопередачах, о нарушениях подчиненными должностными лицами и работниками федеральных органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации федеральных законов и указов Президента Российской Федерации, неисполнении или ненадлежащем исполнении указанными государственными служащими федеральных законов, указов Президента Российской Федерации и вступивших в законную силу решений судов;

не позднее двух недель с момента опубликования направлять в соответствующие средства массовой информации итоги рассмотрения сообщений о нарушениях подчиненными должностными лицами и работниками федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации федеральных законов и указов Президента Российской Федерации, неисполнении или ненадлежащем исполнении указанными государственными служащими федеральных законов, указов Президента Российской Федерации и вступивших в законную силу решений судов. Копии материалов рассмотрения указанных сообщений средств массовой информации направляются в Главное контрольное управление Президента Российской Федерации;

в случаях выявления по результатам рассмотрения указанных сообщений в отношении подчиненных должностных лиц федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации последствий в виде нарушения нормального режима функционирования судов и системы государственного управления, иных тяжких последствий, а также преднамеренного нарушения федеральных законов и указов Президента Российской Федерации, неисполнения или ненадлежащего исполнения указанными государственными служащими федеральных законов, указов Президента Российской Федерации и вступивших в законную силу решений судов направлять материалы в органы прокуратуры.

4. Установить, что должностные лица и работники федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, на которых наложено дисциплинарное взыскание за нарушение федеральных законов и указов Президента Российской Федерации, неисполнение или ненадлежащее исполнение федеральных законов, указов Президента Российской Федерации и вступивших в законную силу решений судов, не подлежит в течение года премированию, предоставлению к награждению государственными наградами (кроме случаев проявления мужества на пожаре, при спасении утопающих, при защите правопорядка или в условиях боевых действий) и знаками отличия, повышению в должности или представлению для присвоения очередного квалификационного разряда (классного чина, воинского или специального звания).

Должностные лица и работники федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, нарушившие федеральные законы и указы Президента Российской Федерации, не исполнившие или ненадлежаще исполнившие федеральные законы, указы Президента Российской Федерации и вступившие в законную силу решения судов, могут быть направлены на внеочередную

переаттестацию, понижены в должности (классном чине, воинском или специальном звании) или лишены квалификационного разряда (классного чина, воинского или специального звания).

5. Полномочным представителям Президента Российской Федерации в субъектах Российской Федерации во взаимодействии с органами прокуратуры:

обеспечить контроль за соблюдением федеральных законов и указов Президента Российской Федерации территориальными органами федеральных органов исполнительной власти и органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации;

не позднее трех дней доводить до руководителей федеральных органов исполнительной власти и глав исполнительной власти субъектов Российской Федерации, а также Главного контрольного управления Президента Российской Федерации информацию о выявленных фактах нарушений федеральных законов и указов Президента Российской Федерации, неисполнения или ненадлежащего исполнения федеральных законов, указов Президента Российской Федерации и вступивших в силу решений судов...

6. Генеральной прокуратуре Российской Федерации, Главному контрольному управлению Президента Российской Федерации вносить Президенту Российской Федерации представления о наказании, вплоть до освобождения от занимаемой должности, руководителей федеральных органов исполнительной власти и глав исполнительной власти субъектов Российской Федерации (независимо от порядка замещения должности), нарушающих федеральные законы и указы Президента Российской Федерации, не исполняющих или ненадлежаще исполняющих федеральные законы, указы Президента Российской Федерации и вступившие в законную силу решения судов Российской Федерации.

...8. Настоящий Указ вступает в силу со дня его опубликования.

Российская газета. 6.06.1996 г.

ЭТИЧЕСКИЕ И НРАВСТВЕННЫЕ КРИТЕРИИ СОЗДАНИЯ ТЕЛЕПРОГРАММ. ИМИДЖ ЖУРНАЛИСТА

С. Муратов

НРАВСТВЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКИ *

*Свобода информации — основное право
человека и критерий всех свобод.
Из резолюции Генеральной Ассамблеи ООН*

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПЕРЕД ОБЩЕСТВОМ

Каждый гражданин имеет право на свободу выражения мысли. Это право распространяется на гражданские группы и любые меньшинства — национальные, религиозные, образовательные и прочие. Применительно к телевидению гражданское общество выступает в этих случаях как субъект вещания.

Общество имеет право на всю полную информацию о себе самом. Это включает в себя знание о многообразии мнений, составляющих сферу массового сознания. В интересах большинства, чтобы голос меньшинств был услышан. Применительно к телевидению гражданское общество в этом смысле предстает как объект вещания.

Социальная миссия телевидения — обеспечить сосуществование этих обоих прав (гражданского самовыражения и общественной потребности в информации).

Никакая правда не бывает опаснее тех последствий, к которым приводит ее незнание или — что хуже — нежелание знать. Тележурналист добывает информацию и доводит ее до зрителя, несмотря на все препятствия и любые попытки помешать ее обнародовать.

Свобода журналистики — это свобода ставить вопросы, обсуждать наиболее острые противоречия, критиковать действия правительства и других государственных или частных учреждений, когда эти действия угрожают общественным интере-

сам, подвергать сомнению бездействия властей или злоупотребления властью¹.

Телевидение выражает не мировоззрение одного какого-то слоя общества, одной партии или движения (даже если партия является правящей). Оно предоставляет слово не только носителям власти или выдающимся личностям, чьи взгляды особенно интересны «обычным» зрителям. Для понимания массового сознания не менее важно мировосприятие самих зрителей. Задача телевидения в этом смысле — предложить аудитории целостную картину взглядов и общественных умонастроений во всем их разнообразии.

Поскольку «интересы» и потребности зрителей, а также участников и героев телепрограмм не только различны, но подчас противоположны, документалист изначально оказывается в положении, где любое его действие или слово чреваты непредвиденными и часто нежелательными последствиями (по меньшей мере для одной из сторон).

Между правом аудитории знать и долгом журналиста сообщать и показывать возникает ситуация выбора, а значит необходимости принимать решения — этические, моральные, социальные.

Иными словами, там, где существует свобода выбора, существует и ответственность за свои решения. В отношении

* Муратов Я.С. *Нравственные принципы тележурналистики (Главы из книги)*. М., 1994.

тележурналиста это означает ответственность

- перед обществом в целом
- перед аудиторией телезрителей
- перед героями передач и фильмов
- перед гильдией журналистов, которую он представляет

— перед телекомпанией, от имени которой обращается к зрителям

- перед самим собой

Ответственность журналиста еще более возрастает, если учитывать следующие обстоятельства:

— любая информация легко поддается пропагандистским манипуляциям

— подобного рода манипуляции в нашем обществе десятилетиями были традиционными

— самоценность факта как такового, исключая какие бы то ни было формы тенденциозности, — для советской журналистики понятие, считавшееся порочным (беспартийность факта еще недавно отрицалась, как и беспартийность литературы)

— современное общественное сознание находится у нас в поляризованном состоянии, и всякая очередная попытка политизации оборачивается обострением гражданского противостояния

Телевидение по своей природе не орудие политической пропаганды, в которое мы сами не редко его превращаем, а уникальное, не имеющее аналогий средство человеческого общения. Его назначение — содействовать попыткам понять друг друга.

Подобный подход исключает инструктивное поведение.

Тем важнее те нравственные критерии, из которых исходит в своих действиях тележурналист (ведущий, режиссер, оператор).

Отношение к меньшинствам

Демократия гарантирует власть меньшинства при условии соблюдения прав меньшинств.

Уважение к праву каждого гражданина иметь и высказать свою точку зрения обязывает телевидение отражать в своих программах максимально возможный спектр мнений, бытующих в обществе.

Журналист не может позволить себе забыть, что аудитория состоит не только из людей, разделяющих взгляды и мораль-

ные принципы, но представляет всю совокупность запросов и интересов зрителей, чьи права на электронные средства коммуникации не менее основательны, чем права журналистов. При этом каждое из меньшинств уязвимо как по отношению к бездоказательной критике в свой адрес, так и просто к недостаточному вниманию со стороны средств массовой информации. Такая уязвимость обязывает к предельной чуткости при упоминании о расовых признаках, цвете кожи, возрасте и других особенностях отдельных групп, а также при любом выступлении, в котором можно было бы заподозрить неодобрительное отношение или негативный смысл². Высказывания и сюжеты, задевающие (или производящие впечатление таковых) национальные, религиозные, возрастные представления, воспринимаются как форма дискриминации, даже если авторы высказываний и сюжетов ничего подобного не имели в виду.

Когда журналист, считающий своей обязанностью показать «правду и только правду», не отдает себе отчета о том, что представления о правде у разных групп и меньшинств существенно различаются, эффект передачи нередко оказывается противоположен задуманному. Вот почему профессиональному документалисту, имеющему дело с фактами и суждениями героев репортажей и интервью, всякий раз приходится соизмерять значение полученной информации с ее вероятным воздействием на аудиторию, понимая, что для кого-то такое воздействие может оказаться и негативным. Ссылки на то, что «неадекватное» восприятие свойственно лишь отдельным группам населения или меньшинствам — не оправдание, ибо подобного рода «отдельные» группы насчитывают миллионы зрителей.

Телевидение и культура

Телевидение ориентирует зрителя в окружающем мире, не только информируя его, но и приобщая к художественным и нравственным обретениям человечества.

По своей природе культура двойственна. Она способна поднять человека до уровня высших духовных ценностей. Но она же способна и опустить его до элементарных потребностей, тогда принято говорить о культуре массовой. Коммерческое вещание, предоставленное стихии рынка и

тем самым рассчитанное на усредненные вкусы публики, предрасположено ко второму типу. Подлинная культура становится в этих случаях достоянием меньшинства, если даже не наименьшего из меньшинств. Государственная вещательная политика — это компромисс между вкусами преобладающей части аудитории и высокой культурой, призванной эти вкусы всячески развивать. Такая вещательная политика предоставляет зрителю возможность духовного и эстетического саморазвития.

Опираясь на коммуникативную роль искусства, телевидение интегрирует общество. Великие произведения и авторы принадлежат не странам, а человечеству, независимо от их национальной принадлежности. В этом смысле культура примиряет людей и народы, содействуя их взаимоотнoшению (в отличие от полукультуры или ее отсутствия)...

Культура телевидения

Отсутствие профессиональной культуры у работников вещания — пробел значительно меньший, чем отсутствие у них культуры как таковой.

Телевидение воспитывает не только, когда выступает в функции воспитателя. Оно воздействует на аудиторию языком повседневно звучащей с экрана речи, манерой поведения в кадре ведущих и участников передач, присутствием в эфире людей, воплощающих наши представления об истинной интеллигентности. Помогая войти в пространство духовности, оно становится художественным посредником, формирующим — сознательно или безотчетно — культуру общества.

Такая роль позволяет говорить о духовном предназначении самого телевидения.

Эта нравственная миссия предопределяет не только степень терпимости к многообразию интересов и взглядов зрителей, но и меру нетерпимости к проявлениям пошлости, отсутствию вкуса, жестокосердию, цинизму и тривиальности. Она не допускает подмены подлинных общественных идеалов и интересов сиюминутными умонастроениями аудитории («народ мудр, публика глупа»). Вещательную политику формируют не индивидуальные предпочтения работников телевидения, отвечающих за отдельные передачи, но традиции наци-

ональной и мировой культуры с ее представлениями о нравственном долге.

Противники подобного понимания, которое они считают самообольщением и утопией, утверждают, что пошлость, жестокосердие и цинизм — неотъемлемые стороны нашей жизни и, избегая их, телевидение изменяет своей природе, искажая картину реального общества. Иными словами, каково общество — таково и телевидение.

Трудно отказать этой формуле в справедливости, если видеть в электронных коммуникациях в первую очередь средство массовой информации. Но природа вещания не исчерпывает себя информационной ролью, она отвечает самой природе человеческого общения, наивысший смысл которого — духовная солидарность. Вот почему не менее справедлива другая формула: каково телевидение — таково и общество.

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПЕРЕД ЗРИТЕЛЕМ

Расписание и анонсы

Программная политика реализуется в расписании передач или сетке вещания.

Сетка вещания регулирует поток телевизионных программ в соответствии с общественными запросами — от передач «для всех» (развлечения и информация) до специализированных рубрик, адресованных меньшинствам. Ежедневное расписание объединяет в едином телепространстве (прайм-тайм) зрителей с общими интересами и разводит интересы факультативные — так, чтобы аудитории с полярными вкусами оказывались в зоне наименьшего эфирного столкновения.

Критерий уместности материала зависит от ответа на вопрос — для кого? Сообщение, которое одним зрителям покажется возмутительным, другие воспримут как информацию к размышлению, а третьи — как руководство к действию.

Разрешение подобного рода конфликтов (в издательском деле оно достигается политикой тиражей) осуществляется распределением эфирного времени в течение дня недели, месяца и сезона. Этот выбор времени обусловлен содержанием передачи (темой), характером ее экранного воплощения (жанром), а также особенностями адресата (составом и масштабом аудитории). Нормативные категории

(«допустимо-недопустимо») вне экранного контекста лишены смысла. Так, например, программы, включающие в себя эпизоды насилия, секса или грубого языка (если без этих элементов обойтись невозможно), противопоказаны широкой аудитории. (Закон Российской Федерации о средствах массовой информации регламентирует демонстрацию программ эротического характера отрезком с 23 до 4 часов местного времени). Вместе с тем передача, которая может быть в «час пик» воспринята как скандальная, пройдет незамеченной после полуночи⁴...

Экспертные консультации

Научно обоснованная сетка вещания требует содействия социологов, подсказывающих наиболее удобное время дня и недели для передач, адресованных аудиториям определенного типа. При смене вещательного сезона новые рубрики, претендующие на место прежних, соблюдают, как правило, ту же периодичность, ту же длительность и ориентируются на ту же категорию зрителей.

Не меньшую роль играет служба психологов, позволяющих учесть особенности индивидуального восприятия и установить, например, допустимые пределы «шоковой» информации, за которыми порог чувствительности снижается и возникает потреб-

ность во все более сильнодействующих возбудителях («синдром наркомана»). Психологические рекомендации подсказывают, когда и как долго можно показывать «негуманные» эпизоды (истязания, трупы жертв, жестокое отношение к животным), в какой мере допустимы повторы подобных сцен и допустимы ли вообще.

Особой осторожности требуют игровые и документальные передачи для детской аудитории, где сцены насилия несут в себе скрытое одобрение, когда совершаются «обаятельным» персонажем, и могут восприниматься как модели для подражания.

Соблюдение расписания

Культура телевидения включает в себя и культуру выполнения сетки вещания, соблюдение которой требует не меньшей строгости, чем расписание поездов. В отличие от театра, где отмена спектакля считается событием чрезвычайным, число «потерпевших» от телевидения исчисляются десятками миллионов — аудиторией, представляющей собой население всей нашей страны. Вот почему любое, — не обусловленное исключительными обстоятельствами, — нарушение расписания анонсированных программ, не говоря уже об их отмене или замене, должно рассматриваться как катастрофа.

ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Предлагаемый кодекс — модель, по которой журналисты могут оценить этическую правомерность своих предполагаемых или уже совершенных действий. Применительно к информации такие исходные принципы — достоверность каждого сообщения, полнота представленных фактов и непредвзятость позиции документалиста.

ДОСТОВЕРНОСТЬ

Ссылки на первоисточник

Оперативность телевизионной информации — общепризнанное достоинство, которое становится обесцененным, если не обеспечено достоверностью каждого отдельного сообщения.

Доверие к факту или мнению обусловлено доверием к источнику информации — зритель хочет знать, откуда получено сообщение и кому принадлежит из-

лагаемое суждение. Когда журналист не ссылается на автора приводимого мнения, у аудитории складывается впечатление, что высказывание принадлежит самому журналисту.

В новостийных программах ссылки на источники сообщений обязательны.

По авторитету источника аудитория судит сама о ценности информации, а это в свою очередь формирует авторитет информационной программы. Крупные телекомпании стремятся как можно быстрее отправить в места происходящих (или ожидаемых) событий своих репортеров, чтобы быть уверенными в точности поступающих сообщений. Если же на месте события отсутствует собственный корреспондент или он не имеет проверенных данных, необходимо — в соответствии с мировой телепрактикой — подтверждение не менее, чем из двух источников.

Достоверность приводимого сообщения (особенно, когда дело касается цифр и данных — количества участников антизаконных акций, размеров ущерба и прочее) возрастает в зависимости от уровня компетенции высказывающихся или цитируемых лиц.

Наибольшую объективность обеспечивает множественность источников.

Хотя изобилие ссылок затрудняет восприятие материала, в ряде случаев пренебречь ими невозможно, например, когда приводимое утверждение спорно, или когда источник информации является частью самого сообщения («Президент заявил, что...»).

В диалоге на острую тему журналисту, берущему интервью, во избежание неясностей лучше повторить последний ответ собеседника перед тем, как задать свой следующий вопрос («Таким образом вы утверждаете...»). Это позволит лишний раз проконтролировать точность оглашаемой информации.

Профессиональные журналисты всегда должны быть готовы к реакции скептически настроенных зрителей и избегать высказываний типа «ожидается, что...», «известно, что...», «говорят, что...» (ожидается кем? известно кому? говорит кто?).

Если к моменту съемки сюжета о каком-то событии со времени самого события прошло не менее суток или не меньшее время отделяет съемку до момента ее показа, об этом следует сообщить в эфире.

Предварительная договоренность

От поведения документалиста при первой встрече с предполагаемыми участниками программ зависит, не будут ли они себя чувствовать жертвами телевидения и объектами журналистских манипуляций, вовлеченными в неведомую игру перед камерой на условиях, которых не ожидали. Чтобы этого не случилось, собеседнику рекомендуется заранее сообщить:

- в какой передаче (фильме) его приглашают участвовать
- каков жанр этой передачи и отводимая собеседнику «роль»
- идет ли речь о прямом эфире, киносъемке или видеозаписи
- какова примерная продолжительность выступления
- с кем из журналистов ему предстоит беседовать

— возможная тема встречи или предполагаемый круг вопросов.

Собеседнику надо дать понять, что знакомство с самими вопросами исключается, даже если он станет на этом настаивать. Подобное условие касается также сценария и относится не только к участникам передачи, но и спонсорам, субсидирующим программу. Ознакомиться со сценарием можно лишь с согласия руководства телекомпании.

Телевидение не может давать обязательств в том, что взятое интервью будет показано полностью и не подвергнется монтажу, а в ряде случаев не гарантирует, в какой именно передаче оно будет показано.

Без предварительной консультации со своим руководством журналистам не рекомендуется брать интервью у высокопоставленных лиц и известных личностей. Такая предосторожность позволит избежать неловкости, если по причинам, не зависящим от документалиста, интервью не будет показано.

Общение перед камерой⁴

«Быть человеком на съемке важнее, чем быть профессионалом».

Эта известная формула требует уточнения: быть человеком на съемке и значит быть профессионалом.

Присутствие культуры общения на экране, как правило, незаметно, зато ее отсутствие замечаешь сразу. Интервьюера нельзя считать профессионалом

— если он начинает беседу, превознося приглашенного гостя в его же присутствие в то время, как тот не знает, куда девать глаза и руки;

— если позволяет себе (и другим участникам передачи) задавать по несколько вопросов одновременно. Собеседник теряется: он не знает, на какой вопрос отвечать вначале, а после ответа не помнит об остальных, так что все время приходится их повторять;

— если способен на полуслове прервать партнера по диалогу, не позволив ему закончить мысль. Умение прервать собеседника в нужный момент так, чтобы тот не почувствовал и тени обиды — свидетельство профессионализма;

— если мизансцена общения построена таким образом, что, отвечая ведущему, собеседник оказывается спиной к телезрителям

или другим участникам передачи, что позволяет заподозрить его в бестактности;

— если по ходу всего разговора журналист не задаст того единственного вопроса, на который рассчитывал собеседник, соглашаясь на интервью;

— если он не задаст вопроса, с которым хотели бы обратиться к приглашенному большинством телезрителей, окажись они на месте интервьюера;

— если он добивается откровенности и душевной самоотдачи любой ценой, чего бы это ни стоило самому герою;

— если журналист репетирует ответы со своим собеседником, забывая, что вопросы, которые были заданы заранее, превращаются в псевдовопросы, а интервью в псевдоинтервью;

— если, бросая взгляд на часы, ведущий вздыхает: «К сожалению, нам, как всегда, не хватает времени». Словно распорядиться экранным временем — не задача самого же ведущего;

— если он не способен закончить беседу, и каждый новый вопрос возвращает ее к уже пройденным темам;

— если эмоции в разговоре исходят не от собеседника, а от интервьюера. (Это вовсе не значит, что журналисту следует быть бесстрастным, тем более когда речь идет о проблемах, волнующих каждого);

— если в словах журналиста преобладают личные обиды и раздражение;

— если журналист поддается самообольщению, полагая, что всего важнее на экране его глубокие и пронизательные вопросы, а не ответы того, кому они адресованы;

— если интервьюер не умеет слушать, и молчание собеседника, когда тот собирается с мыслями, принимает за ожидание очередного вопроса, который и задает, как правило, невпопад;

— если у зрителя складывается впечатление, что ведущий симпатизирует одному из участников и настроен против другого, о чем можно судить не только по тому, как часто он обращается к первому и прерывает второго, но и по тону голоса, взгляду, позе;

— если журналист не в состоянии скрыть своей робости в присутствии лиц, облеченных властью, или общепризнанных знаменитостей («интервью на цыпочках»). Но убедительность доводов на экране за-

висит от их уместности и глубины, а не ранга и популярности собеседника;

— если журналист позволяет уходить от ответа на острую тему, когда собеседник отделяется общими фразами или шутками, а то и меняет предмет разговора;

— если он задает вопрос в «научнообразной» форме, изобилующий деэпричастными оборотами, не ответить на который, «отвечая», гораздо легче, чем уклониться от вопроса, заданного по существу. Конкретность ответа почти всегда обусловлена конкретностью самого вопроса;

— если позволяет себе «не понять» собеседника или истолковать в нужном себе ключе его точку зрения;

— если прибегает к репликам типа «Вы что, всерьез полагаете...», «А если ответить честно...», «Разве вы не понимаете, на чью мельницу льете воду?» (в переводе на житейский язык: неужели ты такой идиот, такой лгун, такой простофиля?). Подобные обращения любого могут вывести из себя, а запоздалое объяснение журналиста, что такой реакции он не мог предвидеть, не оправдание уже в силу того, что способность ее предвидеть и есть профессиональное проявление уважения к собеседнику;

— если журналист позволяет себе агрессивный тон и развязные замечания — пускай даже в ответ на подобное поведение собеседника. Спокойная вежливость здесь не только более уместнее, но и подчеркивает бестактность партнера по диалогу. Еще более необходима такая вежливость применительно к вопросам, заключающим в себе критику. Чем критичнее вопрос, тем корректнее он должен звучать в эфире;

Вторжение в частную жизнь

Кто бы ни были герои передач или фильмов, журналист не вправе вторгаться в их личную жизнь. Речь идет не только о непрошенном проникновении на территорию, где они проживают, или о тайной съемке (скрытая камера, телескопический объектив, замаскированный микрофон и пр.). Аналогичных целей легко добиться в общественных и публичных местах, застигнув героя в моменты, когда тот меньше всего хотел бы оказаться объектом чужого внимания.

Ссылки на то, что подобное кинонаблюдение проводится в интересах общества и государства, чаще всего не выдерживают

серьезной критики, ибо кто же признается, что прибегает к такого рода действиям злонамеренно, из корыстных соображений или в поисках драматического эффекта.

Не всегда разрешает проблему, однако, и согласие самого героя на демонстрацию отснятого материала, поскольку виновник съемки может находиться в неведении относительно подлинных намерений документалистов и не догадываться, какое влияние эта экранная публикация способная оказать на его собственную судьбу (реакции близких и сослуживцев)...

...«Цени истину больше самого себя, а любовь к ближнему больше истины», — высказывание, целиком применимое к журналистике. Никакая «польза» для общества не в состоянии перевесить ущерб, нанесенный отдельной личности, ибо с эстетической точки зрения личность и общество — понятия в одинаковой степени самоценные.

Репутация

Один из разделов, относящихся к затронутой области, — репутация. Покушение на нее равнозначно вторжению в частную жизнь личности. При определенных обстоятельствах репутация может пострадать от одного неосторожного (не говоря уже об умышленном) замечания или прозвучавшей с экрана реплики. Само появление в кадре способно стать губительным для невольных «героев» — жертв насилия или подростков, подозреваемых в преступлении. Показывая лица и обнародуя имена, телевидение делает их двойными жертвами, способствуя известности, в которой они меньше всего нуждаются.

Невольными потерпевшими могут оказаться лица, случайно попавшие в кадр в эротических или криминальных сюжетах. Присутствие на экране дает аудитории основание заподозрить их в причастности к преступлению или неблагоприятной акции. Виновник наносимого им ущерба в этом случае — журналист, не дающий себе труда задуматься о последствиях передачи для жизни его героев.

Упрек о вторжении в частную жизнь неправомерен, однако, когда речь идет о поступках должностного лица или представителя профессиональной организации, злоупотребляющих своим положением в сфере профессиональной и общественной деятельности. В таких ситуациях эти лица

полностью отвечают за свое поведение и слова.⁵

Право на ответ

Человек, обвиненный с экрана в некомпетентности, противозаконных действиях или взглядах, не совпадающих с его собственной точкой зрения, может воспользоваться правом на ответ. «Право на ответ есть право, осуществляемое физическими или юридическими лицами в целях коррекции неверной информации или выражения своего отношения к такой информации в случаях, когда она затрагивает их честь, достоинство, репутацию или — в случаях физического лица — представляет собой вмешательство в его частную жизнь» (Европейская конвенция о трансграничном вещании, статья 8)...

Закон о диффамации

Во многих западных странах «потерпевшие» обращаются к защите закона о диффамации, то есть о недопустимости публикации сведений, наносящих ущерб репутации человека. Диффамационные материалы причиняют вред личности, или позволяют подозревать ее в причастности к незаконным действиям, неблагоприятным поступкам или наличии определенных болезней, возбуждающих неприязнь у окружающих и заставляющих их избегать контактов и встреч с этим человеком. В отличие от действующего у нас закона о клевете журналисты могут быть подвергнуты наказанию, даже если эти сведения справедливы, но ущерб, нанесенный экраном во много раз превышает виновность затронутого лица. (Клевета как заведомо ложные сведения — частый случай диффамации).⁶

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПЕРЕД СОБОЙ

В то время, как одни считают, что этические качества работников телевидения мало чем отличаются от морального уровня первой древнейшей профессии, другие уверены, что для документалиста экрана защита нравственных ценностей еще в большей степени обязательная, чем для священнослужителя, поскольку «прихожанами» телевидения выступают все члены общества.

Своим поведением в кадре журналист формирует в сознании зрителя образ «доверенного лица». Вот почему он не вправе освободить себя от ответственности за

последствия своих слов и действий. Чтобы сохранить самоуважение и признание общества, он не может быть зависим от рекламодателя или административного руководства, если их указания противоречат его журналистской совести, зависимым от собственных политических ориентаций, а также от соблазна славой и популярностью.

Этически воспитанный журналист не позволяет себе назвать обвиняемого преступником, пока вина того не будет доказана в судебном порядке. Не демонстрирует жертв насилия крупным планом. Не обнародует имена подростков, всего лишь заподозренных в соучастии в неприглядных действиях или насильственно вовлеченных в такие действия, зная, как подобные экранные публикации могут сказаться на их жизненных судьбах...

...Выходя на экран и принимая то или иное решение, документалист обязан взвесить все возможные «за» и против», всякий раз отвечая себе заново на вопросы:

— не буду ли я завтра испытывать чувство стыда за слова, произнесенные мною в эфир сегодня?

— смогу ли я после передачи взглянуть в глаза своему герою?

— не даю ли я зрителям повод по-

нять меня не в том смысле, который вкладываю в свой текст?

— касаясь криминальных сюжетов, не позволю ли я себе намеренно героизировать и романтизировать преступления?

— всегда ли в ситуации выбора я действую безотносительно к личному интересу и личной пользе?

— не выступаю ли невольным посредником политических интересов, которые вынуждают меня отдавать предпочтение одной социальной группе в ущерб другой?

— не оказываюсь ли я орудием пропаганды или даже носителем клеветы, пускай это происходит и неосознанно?

— совпадает ли мое поведение с моим представлением о порядочной журналистике, а представление о порядочной журналистике с моим пониманием чести и достоинства?

Такие этические ценности, как порядочность и достоинство — однозначны. Журналист ангажирован только ими. В этих случаях его зависимость абсолютна, как присяга солдата или клятва врача.

Библейская заповедь — не поступай по отношению к ближнему так, как ты не хотел бы, чтобы поступали с тобой — остается первой в этическом кодексе журналиста.

ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС СЕТИ «НВС» *

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Сеть «Независимая Вещательная Система» — добровольное содружество негосударственных телевизионных станций АОТ НВС, объединившихся для совместной работы по принципу телевизионной сети, проводящей единую программную и рекламную политику в рамках Сетевых программ, и, осуществляющей свою деятельность на основании Сетевого Договора.

1.2. Деятельность Сети НВС определяется текущим законодательством в области Средств массовой информации: Законом о Телевидении и Радиовещании, Законом о средствах массовой информации, Законом о рекламе, другими нормативными актами, регулирующими телевизионное вещание.

1.3. Сеть НВС руководствуется в сво-

ей деятельности принципами максимального удовлетворения потребностей своей аудитории:

— «свобода информации — основное право человека и критерий всех свобод»;

— в познавательных и образовательных программах, исходя при этом из предпосылки, что сегодняшние технологические возможности телевидения, его возрастающая роль в осуществлении коммуникации между отдельными людьми, группами людей, странами и т.д. делают его важнейшим инструментом просвещения, а стало быть, — инструментом обеспечения

* «НВС» — Российская «Независимая Вещательная Система». В 1995 году около 40 негосударственных (коммерческих) телекомпаний России объединились в добровольное содружество «Независимая Вещательная Система» («НВС»). Одним из первых документов НВС стал этический кодекс сети «НВС».

поступательного развития общества;

— в развлечении, руководствуясь тем, что в условиях ускоряющегося научно-технического прогресса, нарастающего информационного потока, общей динамизации всех сторон жизни, важность рекреационной функции телевидения постоянно возрастает.

Станции Сети НВС соглашаются, что они разделяют данное мнение о целях и задачах телевизионного вещания в целом и имеют единый взгляд на роль и предназначение Сети НВС, каковы и руководствуются в своей повседневной работе.

1.4. Объединившиеся в Сеть НВС станции осуществляют свою деятельность на основании Сетевого Договора, рекламирующего характер взаимоотношений между Сетью и Станциями.

1.5. Объединившиеся в Сеть Станции соглашаются, что это гарантирует им определенные права и, вместе с тем, накладывает ряд обязательств. Баланс первых и вторых поддерживает равновесие системы и обеспечивает работоспособность Сети НВС.

2. ПРАВА СТАНЦИЙ И ОБЯЗАННОСТИ СЕТИ

2.1. Станции Сети НВС имеют право на использование в своей повседневной работе имиджа Сети, а также на постоянную программную, информационную и технологическую поддержку, каковая осуществляется, как централизованно, так и индивидуально, в зависимости от потребностей конкретной Станции и текущих возможностей Сети. Сеть при этом принимает на себя обязательство по всемерной поддержке деятельности станций на их рынках и по отстаиванию их интересов, исходя из положения, что интересы Сети НВС есть интересы Станций.

2.2. Станции Сети НВС, имеют право на получение сетевого программного продукта для размещения его в своем эфире на условиях одинаковых для всех Станций Сети. При этом Сеть принимает на себя обязательство заполнять сетевое программное расписание в рамках и объемах, предусмотренных Сетевым Договором и приложениями к нему, действуя при этом в рамках программной концепции Сети. Сеть принимает на себя обязательство прикладывать все возможные усилия для выполнения общего программного расписа-

ния качественным и конкурентоспособным продуктом и принимать во внимание интересы Станций.

2.3. Станции Сети НВС имеют право на получение промо-материалов (как печатных, так и видео) программ, входящих в общую вещательную сетку. При этом Сеть НВС принимает на себя обязательство по поставке Станциям промо-материалов общесетевых программ, каковые могут использоваться, как по единой для всей Сети схеме, так и по усмотрению самих Станций.

2.4. Станции Сети НВС имеют право на размещение собственной рекламы в общесетевых программах в рамках и объемах, предусмотренных соответствующими положениями Сетевого Договора и приложениями к нему. Финансовые условия размещения рекламы Станций в сетевых программах являются прерогативой Станций.

2.5. Станции сети НВС имеют гарантированное право на размещение собственных программ в общесетевой вещательной сетке в рамках и объемах, предусмотренных соответствующими положениями Сетевого Договора и приложениями к нему. При этом Сеть принимает на себя обязательство заполнять программным продуктом общесетевое расписание строго в рамках Сетевого Договора и приложений к нему и всячески поддерживать и поощрять Станции, занимающиеся производством собственных оригинальных программ.

3. ОБЯЗАННОСТИ СТАНЦИЙ

3.1. Станции Сети НВС принимают на себя обязательство по всяческой поддержке Сети НВС, отстаиванию ее интересов на своих рынках и недопущению действий, которые могут прямо или косвенно нанести Сети НВС ущерб или негативным образом повлиять на ее имидж, исходя из положения, что интересы Сети есть интересы Станций ее составляющих.

3.2. Станции Сети НВС принимают на себя обязательство предоставить свободный доступ к своему эфиру, в том числе к прайм-тайму, в рамках и объемах предусмотренных Сетевым Договором и приложениями к нему.

3.3. Станции Сети НВС принимают на себя обязательство по использованию промо-материалов общесетевых программ для рекламы таковых программ на местных рынках с целью поддержания в

глазах зрителей и рекламодателей на высокой отметке имиджа Станций и Сети.

3.4. Станции и Сети НВС принимают на себя обязательство по выдаче в эфир общесетевой коммерческой рекламы, размещенной централизованно в общесетевом программном продукте в том виде и объеме, который определен Сетью и Станциями на основании Сетевого Договора и приложений к нему.

3.5. Станции Сети НВС стремятся к производству собственных оригинальных программ, исходя из положения «Сильные производящей Станции — сильная Сеть». С другой стороны, размещение лучших собственных программ в общественном программном расписании — одна из основных целей работы Сети НВС. Сеть и Станции собственное программирование важнейший инструмент достижения самобытности, непохожести на других.

4. ЭТИЧЕСКИЕ НОРМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СЕТИ

4.1. Станции Сети НВС соглашаются, что работа в Сети предполагает соблюдение ее членами ряда норм, которые определяют общий этический статус Сети. В общественном виде таковой Статус является добровольно принимаемыми на себя Сетью обязательствами по отношению к обществу, к зрителям и к отдельной личности, а также выражением стремления Сети к поддержанию на высокой отметке собственного имиджа, равно, как и имиджа входящих в Сеть Станций.

4.2. Станции Сети НВС понимают свою ответственность перед обществом, как собственную обязанность по соблюдению профессиональных норм телевизионного вещания. Под таковым понимается безусловное соответствие существующим технологическим стандартам и постоянное стремление к работе на высоком профессиональном уровне.

4.3. Станции Сети НВС принимают на себя обязательство по распространению и трансляции в эфире программ в высоком техническом качестве, за исключением тех случаев, когда исходные материалы изначально выполнены в низком техническом качестве, но показ этих материалов или программ (информационный сюжет, актуальный репортаж, документальная передача и т.п.) имеет важное значение для инфор-

мирования аудитории о важных общественных или культурных событиях.

4.4. Станции Сети НВС принимают на себя обязательство по соблюдению в процессе осуществления телевизионного вещания принятых в обществе эстетических и этических норм. Вместе с тем, осознавая подвижность границ, определяющих такое понятие, как «допустимые границы творчества». Станции сети НВС не ограничивают творческую свободу авторов программ, предназначенных для распространения в Сети, если таковая не идет вразрез с общепринятыми нормами морали, не оскорбляет человеческое достоинство и не нарушает фундаментальные права личности.

4.5. Станции Сети НВС считают обязательным для себя выполнение универсальных и непреходящих норм журналистской телевизионной этики. Таковыми Станции Сети НВС соглашаются считать нижеследующее:

- оперативность работы новостийных служб обесценивается, если сообщаемая ими информация не всегда отвечает критерию достоверности;

- ссылка на источник полученного сообщения является неотъемлемым атрибутом любой информационной программы, характерной чертой профессиональной выполняемой работы;

- напротив, высказывания «от себя» ведущих информационных программ равно, как и репортеров, готовящих для них материалы, являются признаком непрофессиональной работы и не поощряются. Приоритет в подобных программах всегда отдается фактам. Комментарии к фактам — прерогатива аналитиков.

- журналист несет социальную ответственность за приводимые в информационной программе сообщения. Ни один факт, в идеале, не должен вырваться из общего событийного контекста, чтобы даже непреднамеренно не спровоцировать негативные последствия публикации;

- любые архивные видеоматериалы публикуемые в информационных программах, должны быть соответствующим образом обозначены графически или устно;

- станции Сети НВС соглашаются, что манипулирование сознанием зрителей по средством преподнесения последним тенденциозной, однобокой, непроверенной

или, более того, заведомо ложной информации, вне зависимости от ее источника, — недопустимо.

— станции Сети НВС исходят из того, что основное предназначение телевидения — объединение общества. Станции Сети НВС соглашаются, что телевидение не может быть инструментом пропаганды, государства, политических, религиозных или иных организаций, либо отдельных лиц, отстаивающих свои корпоративные либо личные интересы. Иными словами, — телевидение вне идеологии и вне политики. Присутствие элементов, как той, так и другой на экране допустимо, политическая или идеологическая ангажированность самого телевидения — нет.

4.6. Станции Сети НВС исходят из того, что ответственность перед обществом есть ответственность перед зрителями, которые и составляют это общество, и, которые, в своей массе всегда заинтересованы в его стабильности, в создании условий для его поступательного развития, в наиболее полном удовлетворении собственных материальных запросов. Телевидение может и должно способствовать созданию таких условия. В контексте телевизионного вещания это выражается в Программной политике Сети.

4.7. Станции Сети НВС соглашаются, что анонсирование, как печатное, так и телевизионное, включенных в вещательную сетку программ обязательно. Зритель должен ориентироваться в программном расписании. Должны быть созданы все условия для того, чтобы программы Сети были обеспечены максимумом сопутствующей информации, что, в конечном итоге, может послужить немаловажным критерием для зрителя в момент принятия решения «что смотреть».

4.8. Станции Сети НВС соглашаются, что не все программы, распространяемые в Сети, могут быть отнесены к категории «для всех». Учитывая особенности возрастной психологии восприятия электронных СМИ, и, исходя из положения, что телевидение не только отражает жизнь, но и может определенным образом на нее воздействовать, руководствуясь интересами общества, Станции Сети НВС принимают на себя обязательство размещать в вещательной сетке программы, ориентированные на взрослую аудиторию, только в вечернее

время и при этом обозначать в анонсах, как печатных, так и телевизионных, с помощью соответствующих титров или устно возрастные ограничения аудитории для той или иной программы. В первую очередь это относится к программам, содержащим элементы насилия, секса, грубой или вульгарной речи, затрагивающим «взрослые темы».

4.9. Станции Сети НВС соглашаются, что в информационных программах в случаях, когда это не диктуется насущной необходимостью, следует избегать непосредственного показа сцен насилия, а также последствий такого насилия, ограничиваясь устными сообщениями. Показ подобных сцен может быть оправдан только в том случае, когда обратное способно исказить суть произошедших событий, либо способствовать неверной или же неадекватной оценке их зрителями.

В обобщенном виде, практическое воплощение программной политики Сети должно соответствовать простейшей общечеловеческой формуле «не навреди».

4.10. Ответственность перед зрителями неотделима от ответственности перед личностью. Уважение к достоинству и правам любого человека, оказавшегося на экране, обязательное условие работы всех Станций Сети НВС. Принципы «свободы слова» и «свободы информации» не действуют в тех случаях, когда их применение грозит нарушением прав личности, вторжением в частную жизнь человека без его на то согласия, причинением ему морального ущерба.

Станции Сети НВС соглашаются, что права личности приоритетны по отношению к правам общества и праву государства. Нарушение прав личности неминуемо ведет к ущербу общественной морали и, в конечном итоге, к ущербу государства.

5. СЕТЬ НВС И РЕКЛАМА

5.1. Негосударственный статус Станций, входящих в Сеть, предполагает, что финансирование их деятельности, в первую очередь, осуществляется за счет показа коммерческой рекламы в различных ее формах.

При этом Станции Сети НВС соглашаются в следующем:

— размещаемая внутри программной

сетки реклама должна быть корректной;

— финансирование рекламоделателями или спонсорами деятельности Станций не может отражаться на содержании программ, готовящихся или показываемых этими Станциями;

— финансовое спонсорство не может входить в противоречие с принципом независимости Сети и Станций в нее входящих;

— финансовое спонсорство новостейных программ считается недопустимым, равно как и размещение в них скрытой рекламы в виде материалов, оплаченных рекламоделателями;

— при выходе в эфир программ, оплаченных спонсорами, демонстрация атрибутов фирмы или компании-спонсора в виде логотипа, соответствующих титров, устных сообщений характера и т.п. не до-

жна влиять на восприятие самой программы, либо же искажать ее содержание;

— рекламные блоки, как внутри программы, так и между ними должны быть распознаваемы и отличимы от программы, как таковой, не допуская возможности их отождествления;

— характер рекламы, ее содержание, форма и место в программной сетке должны соотноситься с характером аудитории, которой она адресована.

Станции Сети НВС соглашаются, что вышеперечисленные положения являются нормами, которых они будут придерживаться в своей повседневной работе, исходя из того, что они в равной степени служат интересам и Сети и Станций, ее составляющих.

Бюллетень. Законодательство и практика СМИ. Выпуск 7-8. 1995 г.

Сергей Муратов, Лидия Польская, Галина Черменская

ЭЛЕКТРОННОЕ ЧУДОВИЩЕ

*Таким сегодня видится телевидение,
которое когда-то называли «электронным чудом»*

КРИМИНАЛИЗАЦИЯ ЭФИРА

Сюжетов на криминальные темы становится все больше и больше, но это зрелище, рассчитанное на публику, чье внимание привлекают в первую очередь «пикантные» происшествия. Журналисты «Времечко» (13.04.95) рассказывают, например, о драке двух подвыпивших приятелей, один из которых придя в неистовство, отрубил собутыльнику голову, положил ее в коробку и выбросил из окна улицу. Камера дотошно показывает, как выглядит эта голова, не забывая продемонстрировать также и труп без головы, лежащий в квартире.

Охотясь за подобными «детальками», документалисты вступают в соревнование, которое еще более усиливается в результате конкуренции между каналами.

Если раньше авторитетами у подростков были благородные рыцари и драматические герои, возмущается детский писатель Э.Успенский, то теперь их вытеснил криминальный мир. Журналисты сообщают о

том, что бандиты убили кассира и скрылись на шикарной машине, но при этом «никогда не говорят, что кассир плакал от боли, что у него остались дети. Берется только героическая часть этого омерзительного события» («Ситуация» 17.04.95).

Героизация насилия и садизма стимулирует развитие «криминализованного сознания» в обществе, каждый член которого начинает воспринимать реальность как поле боя, в окружающую среду — как враждебную. Кровавые последствия дорожных аварий, кадры с уличными захватами и арестом подозреваемых, сюжеты о Чечне после акции в Самашках — обгоревший труп восемнадцатилетней девушки, многократно показанный в каналах новостей различных каналов... Съемки в госпиталях, где лежат покалеченные солдаты, — демонстрация увечий без согласия жертв, многие из которых находятся в бессознательном состоянии... Если журналисты стремятся подобными сценами заставить зрителя ужаснуться жестокостям войны, то

они достигают обратного результата. Приученный к регулярным дозам жестокости, зритель становится нечувствительным к их повторам; с каждым разом дозы должны становиться все более крупными, а подробности все более ужасными.

Александр Невзоров, когда-то замечательный репортер, давно уже ставший поставщиком уголовных и политических клипов ужасов, демонстрирует сцену самоубийства, где жертва перед видеокамерой пытается покончить с собой, что удается лишь после третьего выстрела («Дикое поле», 10.05.95 г.).

Такой сюжет можно считать сенсационным, но это, безусловно, не лучшее зрелище для многомиллионной аудитории. Характерна сама заставка невзоровского цикла со зловещими орлами, гробами и прочими атрибутами в духе бульварных триллеров.

Все это не может не воздействовать травмирующим образом на умонастроение зрителей, приводя аудиторию в душевное состояние, именуемое психиатрами «близким к клиническому».

БЕЗ УВАЖЕНИЯ К ЛИЧНОСТИ

«Скажите честно, вам можно доверять?»; «В газетах пишут, что вы — вор. Правда ли это?»; «Вы часто плакали за последний год? Нет? Значит вы жестокий человек»; «У вас имидж профессионального палача. Отчего это?» Приведенные примеры — из интервью Андрея Караулова. Но если на откровенное стремление загнать собеседника в угол ему не отвечают в том же духе, то это свидетельствует лишь о воспитанности партнеров по диалогу, не считающих для себя возможным придерживаться подобных «правил игры».

Журналист, для которого собственные вопросы (тем более шоковые) важнее, чем личность героя, не замечает, в какой двусмысленной ситуации оказывается собеседник: «Вы себя совестью нации — хотя бы в глубине души — считаете?» (из интервью с Б.Окуджавой, 1.05.95 г.).

Со стороны такого профессионала, как А.Боровик, невосприимчивость к положению собеседника кажется удивительной, но многие зрители до сих пор поняли, как покровительственно похлопывал он по плечу М.Горбачева в последнем разговоре с ним как с президентом. Последующие оправдания журналиста, что с его стороны

это был импульсивный жест, вызванный сочувствием к собеседнику, не кажутся убедительными. Импульсивным журналист мог быть во время съемки, но не когда монтировалась беседа.

Неспособность выслушать партнера по диалогу, постоянное прерывание по ходу ответа, бесконечные напоминания о том, что «у нас, как всегда не хватает времени», агрессивный тон и развязные комментарии — это часто уже не промахи, а привычная манера ведения разговора, свидетельствующая о неуважении к гостю аудитории. Когда у журналиста отсутствует чувство собственного достоинства, ему не приходится в голову считаться с подобным чувством у других.

ПУТАНИЦА

Принцип адекватности сообщения нарушается постоянно, что вызывает у зрителя сомнения — слышит он первичное сообщение или его повтор, следит за реально происходящим действием или за инсценировкой. Репортаж, сопровождаемый титром «Прямая трансляция», на следующий день может быть повторен с тем же титром. В «Моменте истины» (11.07.94 г.) ведущий, беседуя с К.Боровым, предложил своим сторонникам «Партии экономической свободы» погасить свет в своих квартирах, чтобы зрители могли подойти к окну и увидеть, много ли людей разделяют взгляды его собеседника. Беда не в том, что «ход» с электронным голосованием уже многократно использовался в эфире, но в том, что сама передача шла в записи, удостоверяя, что предложение журналиста не более чем эффектный трюк.

Прямое нарушение профессиональной этики — подтверждение сегодняшней информации устаревшими кадрами, что приводит к искажению реального положения дел. В 1992–1993 годах «Останкино» и «Россия» довольно часто злоупотребляли кадрами, снятыми в последние месяцы перед либерализацией цен и показывающими нищенское состояние магазинов, тогда как действительность давала уже другую картину.

Предлагая старые съемки, практически все телеканалы «забывают» поставить титр «архив», что мгновенно устранило бы искажение информации. Но стоит зрителю усомниться в достоверности хотя бы одной детали, как он теряет доверие к

передаче, а то и ко всему каналу.

РЕКЛАМА СКРЫТАЯ, ОТКРЫТАЯ И НЕВОЛЬНАЯ

Открытая продажа в коммерческих киосках циклоида, сильнейшего психотропного средства, — ситуация, которую фармацевт на экране, назвал чудовищно безответственной («Времечко», 7.06.94). Но разве более ответственные журналисты, обнародуя подобную информацию, упоминая название препарата, показывая, как он выглядит, и давая понять, где его можно приобрести? Сюжет обернулся, по сути, рекламой для начинающих наркоманов.

Не меньшая общественная беда — открытая безудержная реклама на экране, обладающем даром превращать в национальных героев не только Кашпировского или Жириновского, но и Леню Голубкова. Предельная продолжительность телерекламы, допускаемая Законом о средствах массовой информации, превышает все допустимые нормы европейского телевидения, а на самом деле ее еще больше.

Постоянно нарушается общепринятый в мире регламент и в отношении спонсорских передач. Название, субсидирующей программу, по всем цивилизованным правилам не может появляться на телеэкране более двух раз за считанные секунды. Нов первые несколько месяцев в телерубрике «В эти дни 50 лет назад» имя спонсора («Руссобанк») не сходило с экрана в течение всей передачи. Можно спорить, шли советские воины в бой за Родину или за Сталина, но, несомненно, они умирали не с именем «Руссобанка». К тому же идея самой передачи неуклюже заимствована у знаменитой эстонской рубрики «Сегодня, 25 лет назад».

Метод заимствования на отечественном вещании давно превратился в норму. Телевизионные игры копируют друг у друга сценические конструкции и «кроссвордный» принцип вопросов. То же происходит и с названиями передач. Так называемые «Версии» С.Доренко «одолжил» у цикла документальных фильмов, давно уже прописанного на РТР, где, к слову сказать, журналист раньше вел «Подробности».

КОНФРОНТАЦИЯ

Политические и этические конфликты — не только объект тележурналистики, но нередко и результат ее неумелых дей-

ствий. Выпад министра обороны против С.Ковалева, последующие обвинения А.Невзорова, назвавшего правозащитника лицемером, вдохновляющим чеченских бандитов на убийство русских, и изменником Родины (МТК), критика генерала Куликова, в свою очередь назвавшего С.Ковалева «придурком», стремящимся нажать на Чечне политический капитал (НТВ), и, наконец, признания по первому каналу неофашиста Веденкина, мечтающего собственноручно всадить Ковалеву пулю в затылок, — все это прозвучало, и не однажды, с телеэкранов не без содействия журналистов.

А ведь от позиции журналиста зависит, превратится ли телевидение из средств воздействия на политику в сам предмет политики или предоставит возможность поисков общественного согласия. Не ставя эту возможность своей задачей, а беспокоясь лишь о типажности приглашаемых собеседников, среди которых наиболее выразительны, как известно, фигуры одиозные и скандальные, журналисты невольно способствуют утверждению телевидения как источника все возрастающей нетерпимости и арены для сведения политических счетов.

Подбирая участников для полемики, этический воспитанный ведущий избегает конфликтных личностей, не способных выслушивать собеседника. Стремление сделать общение максимально острым без соблюдения элементарной этики приводит к печальным последствиям. Так, Любимов, пригласивший на дискуссию Г.Зюганова и Б.Федорова («Один на один», 22.04.95), оказался не в состоянии предотвратить разгоревшуюся прямо в эфире грубую, чтобы не сказать базарную, перепалку со взаимными оскорбительными упреками («Вы страну разворовали!», «Нет, это вы разворовали!»). Упрекая друг друга в хамстве, обе стороны отказались обменяться ритуальным рукопожатием, чем обычно заканчивалась программа. (Данное исследование было подготовлено до нашумевшего и неоднократно повторенного по «просьбам телезрителей» инцидента Немцов — Жириновский — Прим.ред.)

К числу реклам, не допускаемых на международном вещании, относится реклама политических взглядов (за исключением периода предвыборных кампаний и

референдумов). Однако у нас задолго до объявления предвыборной кампании демонстрация политических взглядов шла полным ходом. Это грозит повтором тех ошибок телевизионного предвыборного вещания, которые содействовали поражению демократических сил на декабрьских выборах 1993 года. Наглядный пример — посвященный депутату Марычеву и выдержанный в саркастическом духе памфлет А. Невзорова («Дикое поле», 10.05.95). Ясно, что в подобной полемике преимущество получает тот, кто имеет доступ к экра-

ну. Но быть депутатом и одновременно ведущим своей программы — ситуация на цивилизованном телевидении невозможная.

Завершая этот обзор, хотелось бы напомнить о необходимости формирования общественной атмосферы, исключающей любые проявления политической нетерпимости, безвкусицы, пошлости и цинизма. Этическая безответственность телевидения — это безответственность социальная.

Журналист. № 7. 1995.

Ашот Гаргангтюэльц

МАЛЕНЬКИЕ УХАБЫ БОЛЬШОГО ЭФИРА

Телесуфлер — страшная тайна телевидения. Его наименее очевидный и, несомненно, самый безобидный обман.

Обман заключается в том, что мы у экранов думаем, будто человек с нами беседует. А на самом деле он читает текст, выплывающий перед ним на невидимом нам экранчике. Иногда это бывает совершенно незаметно, и даже зная о существовании суфлера, мы все равно радуемся, встречая открытый, прямо нам в душу устремленный взгляд Сорокиной или Митковой. Но иногда наши доверительные, глаза в глаза, отношения с телеведущим омрачены труднообъяснимой странностью его повадки. Отчего, думаешь, он так укоризненно смотрит мне куда-то на макушку, что невольно тянешься к расческе? Еще не так давно не 1-ом телеканале неумело установленный телесуфлер отражался в глазах ведущих синим мертвенным светом, отчего эти глаза начинали фосфоресцировать, как у зомби. Иногда бойкая и как бы накатанная речь красная вдруг прервется самой необъяснимой из запинок, и человек на экране смешается, запутается. Хотя мысль проста и запинаться тут вроде бы не с чего. А это просто заело телесуфлер или набиравший текст редактор второпях пропустил строчку, и ведущий, «на автомате» его читающий, вдруг с разбегу наткнулся на какую-то абсурдистину.

Мне лично всегда казалось, что чем больше на экране естественности, тем боль-

ше и доверия. Наверно, это очень субъективно, раз телесуфлер во всем мире раз и навсегда смахнул с дикторского стола любые бумажки, и теперь самые свежие новости, со всеми их фактами, цифрами, именами и названиями, бедная женщина на экране шпарит как бы наизусть.

Наверное, о телесуфлере зрителям надо просто забыть. Но для этого не имеет права забывать о нем человек телевизионный. О коварстве его и непредсказуемых эффектах. А они есть.

Знаменитые трагические глаза Светланы Сорокиной. Ее обреченный взгляд с экрана, вызывавший уже и начальственные наскоки, и не всегда адекватное зрительское сопереживание — новости читаются на разрыв души: как жить, коль кругом сплошь апокалипсис! О, тайна этого взгляда, устремленного уже не в душу, и уж совсем не на макушку — а куда-то в иное измерение, к истинам неведомым, в их даль немыслимую...

Ребята, передвиньте телесуфлер поближе, что ли! Человек напрягается, разве не видите? Трудно ему эти ваши новости читать — и потому, что плохие, и потому, что мелким шрифтом. Глаза распахнуты, как в обычной беседе не бывает, — и каждая новость, от отъезда Примакова до приезда Черномырдина, приобретает трагический оттенок. Эффект физиологический становится фактором эстетическим и даже частично политическим.

Я очень удивился, когда в жизни Сорокина оказалась человеком веселым и жизнелюбивым. И без всякой обреченности.

Очень злую шутку сыграл телесуфлер с Сергеем Доренко, с «самым красивым диктором» нашего телевидения. Он не обладает артистизмом Сорокиной и потому на его лице отчетливо видишь непрекращающуюся борьбу противоположностей. С одной стороны, нужно читать текст, с другой стороны, сделать вид, что каждое слово только что пришло тебе в голову. Ведь это уже не новости — это комментари, поток не только фактов, но и мысли. Нужно отыграть и мгновенное озарение, и мимолетную грусть, и неожиданно родившийся сарказм, и все обаяние спонтанной человеческой речи. В театре это достигается с многих репетиций — текст учат, потом осваивают по системе Станиславского, проживают, и лишь потом рискуют выйти на публику, которая к тому же сидит где-то далеко за рампой.

Телевидение — штука близкая. Неестественность, вынужденность мимики Доренко столь опасна для успеха всего мероприятия, что единственным спасением было бы — вернуться к речи и впрямь спонтанной, без электронных подсказчиков. Пусть менее гладкой, зато обладающей неоспоримыми достоинствами действительно живого разговора. Если «мысль изреченная есть ложь», то мысль предварительно написанная и после «озвученная» — на-верное, вдвойне.

К тому же прочесть можно и в газете, без эмоционального любительского «оз-

вучивания» и лишней траты электроэнергии.

Для комментатора чтение с телесуфлера — это как пение под фонограмму. «Под фанеру», говорят эстрадные халтурщики. И каждый эту фальшь чувствует.

Безупречнее всего в этом смысле — новостийные программы НТВ. Здесь нас не пытаются обмануть. Телесуфлер, приспособление техническое, здесь гармонирует с техническим характером задачи — бесстрастным чтением фактов. «Приколы» — маленькие особенки, отличающие имидж Митковой от имиджа Осокина — честны и очевидны в своей откровенности. Осокина, к примеру, включившаяся камера всегда застает в момент, когда он якобы что-то пишет — жутко занят, но вот для нас готов отвлечься. Каждому ясно, что он только этой камеры и ждал, и что карандашник исключительно для вида, для обозначения деловитости момента.

И очень хорошо, что ясно.

В конце он обязательно скажет: «На этом я с вами прощаюсь, а вас еще ждут новости спорта». И никак иначе. Он не импровизирует, многословно и велеречиво, как это бывает в «Вестях». Он доносит факты. Он лаконичен: «Новости — наша профессия».

Как объяснил мне один хороший художник, профессия — это когда нужную краску кладут в нужное место. А лишнюю или неуместную просто оставляют в тюбике.

Общая газета. 31.10–5.11.1996 г.

Валерий Кичин

ЖУРКА И УРКА КРОВАВАЯ ДРАМА В 3-Х РАКУРСАХ

1. СТРАШНАЯ МЕСТЬ

В Москве сняли Олега Попцова. В Свердловске сняли Владимира Костоусова. Почерк тот же. Костоусов — свердловский Попцов.

Как Попцов, был в высочайшем фаворе. Ельцин давно его приметил — молодой перспективный журналист! — и послал в Тюмень поднимать телевизионную

целину. В Свердловск Костоусов вернулся кандидатом наук, возглавил одну из первых в стране студий. Человек Ельцина, он жестко проводил объявленную президентом политику. Первым запретил на студии деятельность любых партий. Когда ГКЧП закрыл все «проельцинские» издания, — дал репортаж из тайной штаб-квартиры резервного демправительства,

переехавшего тогда на Урал.

Как Попцов, он сделал ту же роковую ошибку — был бойцом не конъюнктуры, а идеи, которую принял всерьез. Циничнее надо быть, господа, если имеешь дело с властью, — она-то и меняет галсы, как перчатки. Миг — и еще вчера надежно прикрытый, ты стоишь на юру, и никто тебя не защитит.

Драма любого официального журналиста. Если, конечно, он сколько-нибудь честен и не умеет быть столь же вертким.

Костоусов сорвался в пике, когда губернатор Россель был снят Ельциным с поста за свою вольнодумную идею Уральской республики. Пришел президентский ставленник Страхов. Россель не сдался. ГосТВ оказалось меж двух огней. Соблюдая демократию в той мере, в какой это у нас возможно, оно дало разные точки зрения, но поддерживало Страхова. А как же иначе, раз Ельцин во всех речах громил тех, кто хочет растащить Россию по удельным княжествам!

Таить зло против Ельцина политик местного масштаба не станет — вес не тот. Так что врагом номер один для Росселя оказался, как водится, гнувший ельцинскую линию журналист. Врага уничтожают.

А тут началась схватка за губернаторское кресло. Конкуренты заполняли эфир жуткими разоблачениями друг против друга: Страхов показывал дачи Росселя, Россель — дачи Страхова. «Президентская» сторона была напористой, да и Костоусов, по долгу службы и убеждений, ей подыгрывал. Не помогло. Свердловчане предпочли «сепаратиста». Предпочитают и теперь — я не встретил в Екатеринбурге никого, кто усомнился бы в своем выборе.

Но с той поры заставкой предвыборного телемарафона на Свердловском ТВ стали гончие, с пеной у пасти самозабвенно несущиеся в никуда.

Тут Москва и сменила галс. Ельцин теперь сам нуждался в поддержке свердловского губернатора. Ну что такое один, пусть и верный, боец журналистского фронта перед судьбами России! Костоусов был сдан медленно — а как иначе? Россель жаждал мести, утверждал, что с таким телевидением не может гарантировать Ельцину победу на выборах.

Мораль: в официальной журналистике, как в собачьих бегах, самое главное —

сделать верную ставку. Упаси Бог, не на идею — на самого мускулистого. Костоусов пострадал, ибо не той служил власти. Служил «центру», а верх — такой реприманд неожиданный! — взял регион. Без вины виновен — но каким законом оправдать скоропостижное его увольнение? ТВ не губернатору подчиняется, а федеральным службам. А они как раз были Костоусовым очень довольны и только что присвоили ему почетное звание заслуженного работника культуры — почему не поддерживать студию, которая всегда в московском эфире, и фильмы делает превосходные, и международные премии имеет! Наградили. Через месяц дрогнули под нажимом. Посоветовали срочно примириться с губернатором («я из-за тебя дверь хлопать не стану!»). И уволили «за профнепригодность».

Человек от этих крутых поворотов судьбы слег в больницу.

2. ДЕЛА КАРМАННЫЕ

Человек власти, Россель хотел иметь свое ТВ. Только от него зависимое. «Карманное».

Все нынешние альянсы рождаются на основе общей выгоды.

Россель противостоял «центру» — госаппарату, которые выкачивает из регионов соки. Его поддерживали независимые масс-медиа — т.е. те, что зависят только от собственной хваткости и с энергией капиталистических волчат выгрызают себе место под солнцем. Так в фаворе у губернатора оказался Шеремет, почтительно именующий себя в титрах Иннокентий В., организатор частной компании ТАУ, поставляющей скандальные новости (пожары, убийства, кражи, политинтриги) коммерческим телеканалам. У скандала всегда много зевак — вздувается пресловутый рейтинг. «Иннокентий В.» успешно усвоил тюремный сленг, научил ему своих подельников и с непревзойденной дикцией во рту рассказывает любителям клубнички о местных сенсациях: «Случилось живодерство — сгорело восемь поросят». Трупы показывает с тошнотворными подробностями, обильно и упоенно, охотно дает пощечать с экрана уркам, бомжам, рэкетирам — «свобода слова»!

Хотя из профессиональных достоинств «агентству» свойственна лишь самоуверенность, ТАУ уже имеет несколько

часовых выпусков на канале АСВ. Но Шеремету хотелось выйти со своими феноменальными и по информационной пустоте и провинциально-лагерному стебу «новостями» на главный канал области. Почуввав перспективу он громче других поддерживал Росселя. И в борьбе с «центром». И в схватке за «карманный эфир». Для этого надо было госТВ скомпрометировать. Тут интересы совпали стопроцентно.

На первой же пресс-конференции Россель пообещал убрать Костоусова. Шеремет усердно готовил общественное мнение: «Свердловское телевидение, жирующее на народные деньги налогоплательщиков, является незыблемым в Екатеринбурге символом творческой убогости, серости, несостоятельности, полнейшей профнепригодности, примитивизма, стопроцентным олицетворением бесстыдного пресмыкания перед властями, дичайшего и вопиющего оплота цензуры, скудоумия, мракобесия, манкуртизма и косности на демократической горноуральской земле». Ругань с экрана лилась невиданным по консистенции потоком и действовала уже на уровне подкорки. Постепенно становилось аксиомой, что госТВ, упорно не освещавшее убийства «поросенков», никуда не годится и нуждается в свежей крови.

Благодарность губернатора не заставила себя ждать. Едва ли не первой его акцией была директива Свердловскому ТВ: «Прошу оперативно решить вопрос о трансляции новостей ТАУ с 22 до 23 часов ежедневно по 2-ому Российскому государственному каналу». Телекомпания ответила отказом, сослалась на несоответствие профессионального уровня шереметовских сенсаций требованиям цивилизованного эфира.

Теперь ТАУ и губернатор действовали в единой связке. Областные власти перекрыли госТВ доступ к официальной информации, демонстративно сообщая о своих решениях только коммерческим каналам, — Шеремет подхватывал эстафету и клеймил госТВ за неинформированность. Даже о собственной судьбе сотрудники студии узнавали из сообщений ТАУ.

Стоило «Новой ежедневной газете» рассказать о перипетиях увольнения Костоусова, как Шеремет отстрелял и ее: «Насквозь лживая, паскудная, амбициозная

статья в одной из малоизвестных захудалых московских газетенок... лживое продажное чтиво... журка, намаравший эту лживую статью, трусливо спрятался за псевдонимом...» Стоило журналистам СГТРК направить в Москву письмо-протест, вместо ответа — отборный сленг: «Забавная малява — подметное письмо, направленное рядом персонажей на имя самого президента... Поражает чудовищный цинизм составителей малявки в поддержку ископаемых и беспринципных персонажей... распространявших серость, убогость, чудовищную глупость, скудоумие, мелкотравчатое интриганство, пресмыкание перед начальством и прочие омерзительные вещи. Для повышения важности подписанты обозначены регалиями: например, лауреат премии Свердловского Союза журналистов. Умотаться!»

3. СМОТРИТЕ, КТО ПРИШЕЛ

Дело сделано — ликвидировали еще одного бойца всем видимого фронта. Боец подал в суд, но какой к шутам суд в стране, где превыше всего телефонное право! На еще теплом месте уже посадили варяга — с Сахалина почему-то. При встрече с коллективом варяг выразил никаких чувств по поводу эвакуации из мест столь отдаленных в город большой, театральный, на студию, где начинали творческий путь Панфилов и Солоницин, Колобов и Дольский, где работают известные стране мастера. Только повторил тезис Росселя-Шеремета: слабое, мол, информационное вещание. Наверное, теперь с трупами на экранах все будет в ажуре. Варягу можно посочувствовать. Свердловску тоже.

Бог с ней, с властью, с неверной ее дружбой. Подумаем о том, как резво идет у нас распад культуры, которая властям, по традиции, не слишком понятна и любезна, но которая пока еще существует. И от того, выживет ли, зависит в стране все, включая и власть.

Культура — это не только филармонии с театрами. Культура — этика нашего общения. Язык, которым мы говорим. Качество мышления. Естественное неприятие любой агрессии. Нравственная опрятность.

Культура может ужиться с рынком. Но она брезглива к базарным сварам. Базар — среда люмпенов, культуру он отрицает и уничтожает. ТВ страны сегодня

дрейфуют между этими двумя полюсами человеческого общежития, все чаще заигрывая с базаром. Здесь в ход идет любое оружие, от услужливого рейтинга до умелого киллера.

Я не случайно цитировал Шеремета — узнаете почерк урок-домушников? Их этику? Круг интересов? Их сленг? Их способ доказывать свою правоту? Пока мы в Москве горюем по поводу нашествия в эфир пэтэушников — в Свердловске, первом городе страны по размаху преступности, телевидение становится рупором сознания, уже совершенно криминального по типу. Через ТВ криминал диктует городу свою повадку, свои этические нормы. И... находится под высочайшим покровительством властей, которые, кажется, даже не понимают, как таким альянсом себя компрометируют.

Профнепригодной же объявлена студия, которая, единственная в городе, сохранила развитую структуру художественного вещания. Которая помнит о том, что Свердловск славен не только сгоревшими «поросенками», но и театрами, музыкантами, писателями, художниками мирового класса. Которая программно отрицает «современный стиль» искателей сенсаций в заплыванных подъездах с расквашенными трупами. Которая не спешит за опытом в далекую Америку и пытается уберечь от разрушения традиции одного из самых культурных городов России.

Но власть, вещающая здесь устами ТАУ, как раз это считает «манкуртизмом».

Костоусов и передачи подведомственного ему ТВ отнюдь не кажутся мне безупречными. Но это профи. Им в пример ставят телевидение желто-чернушное, ежедневный позор города. Телеурки рвутся к власти — Шеремет уже баллотируется в Думу. И, надо думать, пройдет в вершители «гороноуральских» судеб: ТВ сегодня страшная сила, оно печет политиков, как «сникерсы», и приблизительно того же качества.

Образцовый журналист уже рекомендован губернатором и на пост главы корпункта РТР в Свердловске — можно ждать внедрения образа мысли карманников и урок в общероссийском масштабе. Правда, руководить корсети Тамара Жукова этот прогноз энергично опровергла, но мы уже знаем меру устойчивости телевизионного руководства под натиском высокого начальства.

Россель даже теперь импонирует мне больше провалившегося президентского Ставленника Страхова. Но это, как стало уже привычным, выбор из двух зол. При чем зло меньшее на глазах осваивает ухватки большего. И это уже проблема не телевидения. Это уже проблема нашего будущего, которое вечно клянется идеалами демократии, а на деле оборачивается очередным беспределом.

Был журка. Грядет урка.

Общая газета. 21–27.03.1996 г.

ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Права журналистов оговорены в Законе Российской Федерации о средствах массовой информации (статья 47). В соответствии с тем же Законом свобода массовой информации не может использоваться для призыва к захвату власти, насильственному изменению конституционного строя и целостности государства, разжигания национальной, классовой, социальной, религиозной нетерпимости или розни, для пропаганды войны (статья 3).

2. Закон Российской Федерации о Средствах массовой информации запрещает использовать право журналиста на распространение информации с целью опорочить граждан или отдельные категории граждан исключительно по принципу пола, возраста, расы или национальной принадлежности, языка, отношения к религии, профессии, месту жительства и работы, а также в связи с их политическими убеждениями (статья 51). В еще большей мере это касается тех, кто не в силах сами себя защитить (инвалиды, беженцы и другие).

3. Согласно немецкому Межземельному договору, передачи, связанные с «моральным риском» в отношении детей, должны быть специально обозначены или идти с 23 до 6 утра. Фильмы, не предназначенные детям до 16 лет, не могут демонстрироваться до 22, а фильмы, которые разрешены с 18 лет, — до 23 часов.

4. Рекомендации, приводимые в этом разделе применительно к интервью, справедливы и в отношении других диалогических жанров — бесед, дискуссий, дебатов, форумов и т.д.

5. В Законе Российской Федерации о средствах массовой информации это положение сформулировано в статье 46.

6. Проступки против чести и достоинства личности, аналогичные упомянутым в законе о диффамации, приводятся в Кодексе профессиональной этики журналиста (см. «Журналист», 1991, №6, стр. 11–12).

КАК СТАТЬ ТЕЛЕЗВЕЗДОЙ?

Наверное, каждый вспомнит какую-то ситуацию в своей жизни, когда он бывал удивлен «прочтением» своей личности другими — порой впечатление извне оказывалось улучшенным, а порою, к сожалению, и наоборот. По отношению к чему это отношение кажется нам улучшенным или ухудшенным? Мы считаем, что по отношению к нашей реальной сущности. Возможно, мы также ошибаемся в своих самооценках — речь идет сейчас о другом: о том, что можно, помимо реального человека, которого можно, скажем, потрогать, существует абстрактное представление о нем, которое отражается в нашей памяти, воображении, оценочных суждениях, логических выводах и эмоциональных ощущениях. Обычно мы называем это нечто нематериальное, но реально существующее, образом.

Наш мир полон образов — как реальных людей и событий, так и вымышленных: «ты в сновиденьях мне являлся...». То, что создано художественным творчеством, мы также называем образом — художественным, а затем изучаем его типичные черты и социальные корни...

Телевидение как новый вид отражения и создания реальности породило совершенно особый вид образа — образ телевизионный, максимально приближенный к непосредственному жизненному восприятию. Телеобраз конкретен и очень информативен. Вроде бы, поэтому он не должен будить воображение зрителя, но это нам кажется только поначалу. В художественном телетворчестве личностная конкретика служит дополнительным средством авторского замысла. Документальное же телевидение, представляя такую же блестящую возможность наблюдения подробности, в силу своей специфики не дает художественной информации о человеке, работающем в эфире. И вот тут пробуждаются наши ассоциации и воображение. Нам мало знать, «какой», «кто» и «о чем». Нам просто необходимо что-то еще, в дополнение к этому пока почти пустому для нас телевизионному воображению. Мы, даже не включая активно свои логические и эмо-

циональные центры, наблюдаем все пристальнее, все внимательнее, впитываем мельчайшие детали и намеки, догадываемся, предполагаем, сравниваем... И вдруг — совершается прорыв, информация о человеке «обрастает», становится объемной. Уходит одномерность, возникает образ, который начинает почти самостоятельной жизнью.

В работах, посвященных телевидению, и не только ему, активно используется и слово «имидж», обозначающее то же самое: образ. Собственно, это просто калька с английского «image» (образ). Будем пользоваться общими терминами и мы.

Итак, образы возникают при просмотре как художественных, так и документальных передач. Главное их свойство — объем, возможность пробудить в зрителе многоуровневый комплекс познавательных процессов — от художественного до бытового, включая в разных пропорциях и другие типы научного знания. Например, образ человека, появляющегося в документальной программе, может пробуждать и художественные эмоции и ассоциации, то есть при восприятии приближается к художественному. Кстати, обратный вариант — прорыв от художественного образа к реальной жизни — мы также нередко наблюдаем при восприятии (и особенно после!) кино- или видеофильмов, театральных постановок. Но, как правило, считаем эту психологическую особенность человека пошлой тягой к досужим сплетням об артистах...

...Возможности телевидения позволяют создавать необходимый для образа объем уже на нижних уровнях познавательных процессов. Подъем к «верхним этажам», к духовности и художественности, оказывается необязательным. Если, к примеру, русская литература 17-18 века нередко грешила схематичностью, когда иллюстрирующие идею герои оставались абстрактно-прозрачными, то у телевидения другая крайность: его безукоризненно достоверные, обросшие жизненной плотью образы могут не иметь духовных ориентиров.

Выбор «потолка», уровня духовности, который возникает при общении, — прерогатива, с одной стороны, создателей передачи, с другой, — телезрителя.

МОЖНО ЛИ ИЗМЕРИТЬ ИМИДЖ?

Если рассматривать человека на экране как знак общения, возникает возможность измерить и описать значение этого знака. Это немаловажно — ведь поведение людей, их эмоции зависят от того, как они понимают и интерпретируют воспринятое. ТВ как средство социального общения должно уделять внимание тому, как «прочитывается» зрителями диктор, ведущий, журналист — профессионалы, работающие в эфире. Приятны они или вызывают раздражение? Кажутся компетентными или не очень? В каких жанрах этому конкретному человеку лучше работать? Для какой аудитории?

Для того чтобы измерить «значение» чего-либо, при исследовании чаще всего как исходный принцип применяется метод семантического дифференциала (семантика — от греч. *semantikos* — обозначающий), разработанный Ч.Осгудом и ставший почти классическим. Комбинация управляемой ассоциации и процессов шкалирования («шкала Осгуда») позволяет помещать высказывание и многомерное семантическое пространство при помощи биполярных пар прилагательных (например, «твердый — мягкий», «медленный — быстрый»). В результате для каждого изучаемого случая выявляются направление ассоциации и ее интенсивность на семиступенчатой шкале. Ч.Осгуд выделял три доминирующих фактора многомерного пространства значения: эволюция, потенция и активность. Именно для этих факторов подбирались пары прилагательных, между которыми определялось изучаемое Ч.Осгудом пространство значения высказывания.

Для изучения параметров имиджа мы взяли из методики Ч.Осгуда ее исходный конструктивный принцип, заключающийся в последовательном помещении изучаемого объекта и многомерном семантическом пространстве (поле). Однако сочли необходимым изменить факторы, определяющие это пространство. Мы исходили из того, что измерения семантических значений высказывания (лингвистический объект) и образа человека на экране (семиотический многоуровневый объект) не

могут определяться при помощи одних и тех же факторов.

Поскольку нас прежде всего интересует то, как складываются реакции аудитории на выступающего в эфире, мы выстраивали многомерное пространство значений имиджа соответственно трем уровням социальной установки на социальное явление. Собственно, обращение внимания именно к социальной установке и к ее трем уровням в данном случае принципиально только в том аспекте, что это должно быть любое научное обоснование, позволяющее фиксировать и изучать многоплановость и неоднозначность человеческой личности.

Многоуровневость человека и его восприятия, его отношений к людям и событиям сегодня бесспорна. Собственно, это открытие далеко не новое...

Но всегда ли бывает многоуровневый подход, например, при отборе дикторов или ведущих, которым предстоит общаться с многомиллионной аудиторией? Ведь встречаем на экранах, да и в жизни, — и говорит складно, и внешность приятная, а, как говорится, отрицательное обаяние.

Социальную установку чаще всего определяют как сложившуюся готовность к определенной форме реагирования на какое-то социальное явление. Ее многоуровневость во многом объясняет часто встречающийся феномен несовпадения поступков человека и его эмоций по поводу какого-то социального явления, противоречивости поступков и знаний и т.д. Можно, например, не любить какого-то ведущего, но периодически обращаться к той программе, которую он ведет, или знать, что пора ложиться спать, но все-таки продолжать смотреть передачу...

Общеизвестны три уровня социальной установки:

а) уровень когнитивный, связанный с различными знаниями, в том числе нормативными и оценочными, по отношению к социальному явлению;

б) уровень эмоциональный, связанный с вариантами эмоционального реагирования личности на это явление;

в) уровень поведенческий, представляющий собой внутренние программы личности в связи с данным социальным явлением.

В процессе восприятия у зрителя складывается социальная установка не только

по отношению к той информации, которую он узнает, но и относительно человека, который с ним общается.

Реакции зрителей при встрече с человеком на экране также можно условно расчленить соответственно этим трем уровням социальной установки: во-первых, это реакции на личностное поведение и внешние особенности данного человека; во-вторых, это наше «прочтение» его душевных качеств и, наконец, в-третьих, это реакции на убедительность его поведения, на его моральное право быть для нас эталоном поведения или реагирования на различные явления жизни. Иными словами, хороший журналист (ведущий, диктор) должен привлекать к себе внимание, располагать эмоционально, быть убедительным.

Итак, для изучения значений имиджа следовало прежде всего найти биполярные определения коммуникативных качеств, соответствующих названным выше трем уровням социальной установки к восприятию человека на экране. Для этого была проведена серия экспериментов с экспертами, в качестве которых выступили научные сотрудники Института социологии РАН, ИПК работников ТВ и РВ, а также специалисты ТВ — редакторы и режиссеры. Общее количество экспертов, принявших участие в эксперименте, составило 102 человека. Основным критерием, так же, как и у Ч.Осгуда, служила частота употребления слов, которыми мы пользуемся для того, чтобы что-то или кого-то обозначить, охарактеризовать (в нашем случае — человека на экране). Определения должны были иметь антонимическую пару, характеризовать качества, важные для профессии, и быть достаточно корректными.

При втором туре тестирования отобранные пары определений классифицировались по их большей отнесенности к одному из трех уровней социальной установки. Для этого экспертам предложили карточки с отобранными парами определений коммуникативных качеств, которые следовало разнести по перечисленным выше признакам.

В результате было решено характеризовать первый уровень социальной установки, связанный с реакцией зрителя на внешние впечатления от поведения и облика человека на экране, таким образом:

спокойный	—	нервный
деятельный	—	вялый
организованный	—	неорганизованный
неравнодушный	—	равнодушный
горячий	—	холодный.

Второй уровень социальной установки, фиксирующий «прочтение» зрителем душевных качеств выступающего в эфире, выявляется, по совокупному мнению экспертов, при помощи следующих антонимов:

вежливый	—	бесцеремонный
добрый	—	злой
откровенный	—	неоткровенный
симпатичный	—	несимпатичный
надежный	—	ненадежный.

И, наконец, третий уровень социальной установки, характеризующий убедительность поведения и реагирования человека на экране и, соответственно, его возможность убедить каким-то образом даже повлиять на поступки, высвечивался при помощи следующих пар определений:

уверенный в себе	—	неуверенный
самостоятельный	—	несамостоятельный
решительный	—	нерешительный
мягкий в общении	—	стремящийся подчинить других
последовательный	—	непоследовательный.

Очевидно, кое-кто уже подумал о взаимопроникновении отдельных элементов названных уровней, что, например, определение «уверенный в себе» может характеризовать не только впечатления от уверенности, но и от манеры поведения. И все-таки при отборе определений и разнесения их по уровням социальной установки эксперты руководствовались просьбой доверять главной тенденции в личных ощущениях. Кроме того, не случайно каждый уровень установки характеризует не одна пара коммуникативных качеств, а целых пять: их комплекс фиксирует тенденции более четко. Конечно же, речь идет только о тенденциях эмоционально-личностного восприятия.

Для того, чтобы быть научно объективными, признаем, что принятый нами вариант определений коммуникативных качеств — не единственно-возможный.

Во время общения с телезрителями мы обратили внимание на то, что у большинства из них описанный выше вариант определений не вызывает никаких возражений.

Но порой кое-кто проявлял желание дополнить, охарактеризовать человека на экране по своему. И хотя такая возможность в анкете, естественно, была представлена, тем не менее мы проследили закономерность: «согласными» оказывались те зрители, которые по своему социальному статусу и ментальным характеристикам были ближе к той самой, экспертной группе, при помощи которой подбирались определения для шкалы. Представителей же других групп зрителей, например, творческую молодежь, больше бы устроили другие варианты, например, определения типа «классный», «ненапрягающий», «деловой».

Поэтому, скорее всего, при массовых исследованиях следовало бы использовать несколько вариантов шкал (для разных групп анкетированных), причем с учетом региона. Как-то во время проведения эксперимента один из его участников, приехавший из дальнего города, уточнял значение определения «самостоятельный»: там, где он живет, это слово более привычно как символ зажиточности, хорошего материального достатка. Проводились исследования в его регионе — наверняка бы возникли научные неточности. Очевидно, и время также должно вносить свои коррективы в подбор определений коммуникативных качеств. Главное при этом одно — в любом случае «меню»

шкалы должно составляться с учетом многоуровневости и неоднозначности личности.

Иногда мы наблюдали в своих исследованиях, как журналист достигал желаемого адекватного понимания и позитивного социального результата даже при отрицательных оценках его некоторых коммуникативных качеств. Так было в 1990 году при оценке работы А. Невзорова. Несмотря на то, что зрители отмечали его нервозность и бесцеремонность, тем не менее другие этапы исследования фиксировали очень высокий социальный результат общения журналиста с телезрителями в тот период (пройдет время, и наши исследования дадут другие показатели). Мало того, в рейтинге, который был составлен в результате анализа ответов и мнений тех же самых участников эксперимента, А. Невзоров занимал верхние позиции: самый известный и любимый у рабочей аудитории и второй после В. Молчанова — у интеллигенции.

Бесспорно, что все, связанное с социальным общением, следует прежде всего рассматривать в социальном контексте. Социальная потребность того периода именно в таком варианте общения (дерзкое и бесстрашное разрушение устоев, приевшейся гладкости) была так велика, что журналисту прощали то, что через какое-то время прощать перестали.

Юрий Богомолов

ПРОФЕССИЯ: ШОУ-МЕН

Звездный ореол вокруг ведущих развлекательных программ, пожалуй, не менее ярок и интенсивен, чем тот, кто окружает артистов кино и эстрады... Ну кто же нынче сравнится по популярности с общими любимцами Владом Листьевым и Леонидом Якубовичем?..

Конечно, всякому любопытно, отчего и почему служебным телеперсонажам такая слава?

Несколько месяцев назад в эфире прошла международная показательная телеигра «Любовь с первого взгляда». Иностранцы шоу-мэны выглядели на телеэкране мастерами общительности и королями общения. Между тем как наша сооте-

чественница предстала начинающей ученицей. Выяснилось, что ее манерность — от ее психологической зажатости.

Судя по всему, с естественной, непринужденной общительностью у наших шоу-мэнов самые большие проблемы.. И здесь надо бы иметь ввиду генезис этой профессии.

На Западе шоу-мэн произошел от диск-жокея. А у нас — от диктора. Те теледикторы, которым позволялось вести праздничные представления из концертной студии «Останкино», — Анна Шилова, Светлана Моргунова, Игорь Кириллов и другие — напоминали кариатид и атлантов, выдвигавшихся на авансцену с тем,

чтобы торжественно и радостно объявить очередной номер. За теплоту и доброжелательность зала отвечали специально приглашенные комедийные актеры театра, кино и эстрады. Соединение в одном лице диктора и конференсье, или по аналогии с цирком — шпрыхштальмейстера с коверным — давалось нашему телевидению очень трудно.

Александр Масляков, которого, видимо, можно считать первым шоу-мэном в западном смысле на советском ТВ — человек со стороны. У него оказался дар, который достаточно трудно определить... Это способность не потеряться в живом эфире и контролировать сиюминутную ситуацию. Он как бы хозяин настоящей минуты, ее владделец и распорядитель. Понятно, что то была игра в суверенность человека, но в те либерально-застойные годы, если не быть, то казаться чем-то самостоятельным, самодовлеющим, самооценным считалось вызовом.

В работе Владимира Ворошилова, ведущего телевикторины «Что? Где? Когда?», вызов состоял в ином: ведущий на протяжении всей игры оставался за кадром. Голос с небес управлял игроками. Эта шуточная инфернальность стала отличительной чертой шоу-мэна Ворошилова.

Сегодня подобные аттракционы не так веселят, как прежде. Как, прочем, и игра в детскую непосредственность, демонстрируемая Матвеем Ганапольским в программе «Бомонд».

Ведущий старательно изображает из себя бутылку шампанского в момент, когда ее откупорили: пенится и искрится. Его переполняет восторг, когда гость только-только появляется... Он очень сопереживает, когда гость читает что-нибудь хрестоматийное из Пушкина или поет блатную песню. И уже совершенно теряет дар речи под напором чувства благодарности за «колоссальность» доставленного ему наслаждения, когда наступает пора расставаться.

Еще лет пять назад такие всплески непринужденности на советском ТВ про-

извели бы ошеломляющее впечатление. Но сейчас они воспринимаются по-другому. Видно, что ведущий слишком переигрывает. И то, что делает он это нарочно, отдавая отчет себе и нам, телезрителям, никак не умаляет чувства неловкости за ведущего. Автошарж получается не вполне художественным.

Как бы там ни было, но можно констатировать, что на смену большому стилю официального теле вещания пришел стиль интимно-фамильярного телеобщения, который, как ни странно, местами обнаруживает склонность к бывлой амбициозной велеречивости, если иметь ввиду практику того же Ганапольского или опыт работы ведущего «Брейн-ринга» — Андрея Козлова.

Может быть, площадная крикливость последнего вызвана тем, что ведущий не нашел для себя иной характерности? А может быть, шоу-мэн никак не может смириться со своей служебной ролью в зрелище? И потому тянет на себя одеяло?

Леонид Ярмольник в персональном «L-клубе» не может не тянуть на себя одеяло. Да ему, по правде, ничего другого не остается — слишком не выразительна драматургия самой игры.

Вообще в связке шоу-мэн — викторина отраженным светом светит первый. Первоисточник все-таки — игра, если она достаточно экспрессивна и увлекательна.

Игра сделала звездами первой величины и Влада Листьева, и Леонида Якубовича. Ярмольник же пока с большим успехом, иногда с меньшим играет роль шоу-мэна, но еще не стал им. И как раз потому нет шоу. Тут, правда, есть другая сторона проблемы, о которой, возможно, не догадывается актер. Если то, к чему он стремится, сбудется и станет он классным шоу-мэном, ему не быть уже актером. Связка шоу-мэн — популярная программа — шутка жесткая, схватывается намертво.

Актеры нередко идут в дикторы. А обратной дороги им уже нет.

Московские новости. 28.04–4.05.97 г.

Владимир Молчанов:

**«МНЕ ПРИСНИЛОСЬ,
ЧТО Я ВЕДУ ПРОГРАММУ «ВРЕМЯ»...»**

Я был бездарным мальчиком, красивым, сильным мальчиком, который играл в теннис и поэтому почти не учился в школе. Я был даже чемпионом Союза по юношам — в парном, правда, разряде, и у меня была знаменитая сестра — теннисистка Аня Дмитриева...»

Возможно, я не права, но мне показалось, что сегодня Владимир Молчанов с большим удовольствием предается воспоминаниям, чем строит планы. Часто псевдотворит «в моем возрасте», как будто речь идет не о сорока трех годах, а по меньшей мере о семи-десяти. Два года назад у него был самый высокий рейтинг среди телекритиков, который сегодня заметно упал. Миллионы телезрителей стали полуночниками благодаря его программе, которой сегодня почти нет. Его авторские программы оставляют противоречивые впечатления, в которых есть место и недоумению, и разочарованию. Однако и ожиданию тоже: вряд ли кто-то поверит, что Молчанов больше не сделает ничего такого, что будет смотреться до последнего кадра и в любое время суток.

Я женился в 18 лет и никогда не разводился. Это только в России могут так жениться — в 18 лет, не рассчитывая ни на что. И — пожалуйста, 980 рублей свадьба на 98 человек с икрой и коньяком. Моя жена — дочь испанских политэмигрантов. Предки ее были очень простые люди в Испании, в городе Сан-Себастьяне. Я всегда очень боялся поехать в Испанию, и это было нечестно. Это было в то время, когда если поедешь к родственникам за границу, то становишься подозрительным. А я был в порядке — у меня папа был директором Большого театра и известным советским композитором. Я боялся одного: если съезжу в Сан-Себастьян по приглашению, меня потом не выпустят в ту страну, где я могу работать, и жену не выпустят. Это, наверное, самое гадкое, что я совершил в своей жизни. И это, наверное, была одна из грустных драм моего тестя. Его в 12 или 13 лет из Испании выгнали — зачем выгнали, непонятно. Прислали сюда в какой-то жуткий детский дом — зачем прислали, непонятно. Отобрали золото — его отправляли в 1936-1938 годах с испанскими детьми, им просто пихали его в карманы. Испания до сих пор не может получить это золото, потому что все украла советская власть. Ну, не в этом дело...

— *Вы работаете в независимой студии «REN-TV» и...*

— Независимого телевидения при моей жизни в этой стране не будет, а если будет, то очень нескоро. Я буду уже старым, и мне это будет неинтересно. Завтра

съезд решит, что телевидение принадлежит этому Верховному Совету, который я не выбирал, — какая же это независимость? Это полная чушь?

— *Какой же тогда был смысл уходить из «Останкино»?*

— Просто я чего-то достиг. Ну ничего особенного, но чего-то достиг и понял, что могу обойтись и без этого государства. Меня может пригласить Израиль или Голландия, и я буду зарабатывать раз в тысячу сто пятьдесят больше. Мою фамилию знают и, к сожалению, подходят и просят автографы. Кстати, раньше я отказывал в автографах. Я каждому говорил: «Извините, я журналист, я же не артист, не Алла Пугачева». Потом понял, что, как в том анекдоте, легче дать. Подписал — и он отвалил. Разговор отнимает тридцать секунд, а так всего пять. Да, так мы про независимость... Я очень соскучился без новостей, но я рад, что не должен говорить сегодня, что сказал Ельцин и что сказал Хасбулатов, — мне это одинаково неприятно в мои почти сорок три года. Я ощущаю какую-то иллюзию своей телевизионной независимости, но прекрасно понимаю (и это страшно), что это только иллюзия.

До того, как я пришел на телевидение, я вообще был очень милым человеком, милашкой. Постепенно становился все более циничным: если вы пришли ко мне на интервью, я должен за пять минут вытянуть из вас все, что мне нужно, иначе вы будете очень мне несимпатичны. Телевидение

уничтожает в людях все человеческое, если, конечно, у вас нет сильной, очень сильной внутренней воли. Сохранили себя буквально единицы. Оно из идиотов делает умных, из умных — идиотов. Я не знаю, как вы это напишите, но это действительно так. Телевидение — это страшный организм.

— *Очень страшный?*

— Вы, газетчики, не понимаете. Ну сколько человек прочтет это ваше интервью? Триста тысяч, пятьсот? Ну миллион. А там ты работаешь со ста миллионными. У меня есть аргумент, который никто не может оспорить. Я буду в кадре повторять целую неделю, с каким счетом «Спартак» выиграл у «Шинника», и стану знаменитым и любимым. Вы не можете быть в газете душой, иначе вас просто выгонят, а я могу быть полным дураком и буду в порядке. Я буду проходить по своей Садово-Триумфальной, и все мне будут кланяться за то, что я рассказал, как «Шинник» выиграл у «Трактора».

Представьте, что я вдруг выставлю свою кандидатуру на президентские выборы. Наверное, за Руцкого проголосует больше — миллионов 50, а за меня — миллионов 47. Это же страшно, я никогда не был политиком и не хочу им быть. Но голосуют ведь не за то, что ты делаешь, а за лицо, которое знают. А мое лицо знают хорошо, и ко мне с симпатией относятся женщины, ну, я не знаю, почему. Мужики б не пошли голосовать, у них дела, водку надо купить, деньги перевести из одного коммерческого банка в другой, но жены бы пошли и проголосовали. Я бы не выиграл, но получил массу голосов.

— *Вы любите джинсы и курите «Беломор», в частной беседе держите рискованный ироничный тон, откуда же на экране этот сладкий и манерный светский образ?*

— Я пришел на телевидение 5 января 1987 года, когда все сидели в серых костюмах. Меня пригласил Кравченко, это мой крестный отец. И сколько бы не говорили, что он плохой и коммунистический, он был самым лучшим руководителем ТВ. У него были свои марксистские минусы, но это был профессионал высшего класса и человек, влюбленный в телевидение. Не было бы Кравченко — не было бы меня, «Взгляда», «Пятого колеса».

— *Разве дело в Кравченко?*

— Да. Все, что вы сегодня еще пытае-

тесь смотреть, сделал Кравченко. Но потом настал момент, когда он пошел за одними, а я — за другими, и вообще мы исповедывали, видимо, разные принципы. Я много резких слов говорил в его адрес и, когда уходил с Гостелерадио, написал: прошу уволить меня, потому что не хочу соучаствовать в вашей деятельности или что-то в этом роде, не помню точно. Мы с вами не ругаемся, нет?

— *Нет. Но причем здесь ваши джинсы?*

— Мама с сестрой безумно боялись: мальчик идет в эфир. Мне уже было 37 лет, они меня все мальчиком считали. Сестра сказала: ну ты хоть оденься прилично. А я люблю или очень дорогую красивую одежду, или вот как сейчас, свитер. И потом я прекрасно понимал несколько вещей: люди устали от всего серого и хотят чего-то другого, и я должен это другое показать.

— *Но затянутых в костюмы мужчин у нас всегда хватало.*

— Но они же были в серых костюмах. Они были не свободны в словах, а я — филолог. Они не были свободны в движениях (сначала-то я во МХАТ поступил, на актерское отделение). Ну, это нормально, это страна. Вообще я мог выйти и в джинсах, и вышло бы по-другому. Но вышло вот так.

— *Вы сказали, что поняли несколько вещей.*

— Я понимал — не забывайте, это был 1987 год, — что люди хотят что-то узнать. И мы первыми вышли с религией — то, чего я теперь терпеть не могу, когда поп освящает открытие магазина. Я вспоминаю, как боролся за то, что архиепископ впервые вышел на советский экран на десять минут разговора, мне это стоило трех месяцев. Сталинизм, десиденты, психушки, монастыри, эмиграция первой волны. Я ничего не преувеличиваю, но программа «До и после полуночи» многое сделала первой и за шесть лет очень много показала.

— *А лично вы поднялись до политобозревателя.*

— Меня пригласил Ненашев, который был тогда председателем Гостелерадио, и вдруг предложил должность главного редактора музыкальной редакции. А я-то знал, что меня вызвали, чтобы назначить политобозревателем. Я ему сказал: «Михаил Федорович, вы ошиблись, это мой папа был композитором, я люблю музыку, но не достаточно для того, чтобы быть главным

редактором музыкальной редакции». В то время — я не помню, какой был год, 1990-й или начало 1991-го — политобозреватель — это была мечта всех журналистов. Это значит вертушка, свой хороший кабинет и, если ты этого хочешь, секретарша. И плюс буфет на десятом этаже, туда ходили члены коллегии и те, кто известен. Там подают те же котлеты, что и в низу, но просто очень чисто и ножи кладут. Правда, на этот десятый этаж я стал ходить, когда уже уволился с Гостелерадио, до этого мне казалось неприличным есть те же котлеты отдельно от моей бригады.

— *Тогда было ваше «Время».*

— Это сейчас я могу понять, что так, как я, программу «Время» никто не вел. Мне говорят, скажем: «С этого сюжета начинать нельзя». Я молчу, потому что знаю, как работать в программе «Время». (Тогда главным идеологами были Яковлев и Лигачев — один звонил без четверти девять, другой без пяти девять, и оба давали взаимоисключающие указания). Перед началом выпуска я говорю: «Моя программа начинается именно с этого». Дежурный зампред заявляет: «Тогда она не пойдет». Но козыри-то у меня, зампреда никто не знает, кто знает зампреда? Я говорю: «Тогда, пожалуйста, садитесь и ведите сами». А он понимает, что если «Время» не выйдет в эфир, это хуже, чем путч. Путч-то он в Москве, а еще ж есть Урюпинск или там Всевожск, где людей совершенно не-интересует — путч, не путч, они программу «Время» ждут. И если она не вышла, значит, в стране безобразие большое.

— *Вы всегда производили впечатление благополучного молодого человека, которому все давалось легко.*

— Когда папу назначили директором Большого театра и в очередной раз пришел Косыгин, а он очень любил ходить на второй акт, чтоб никто не видел, единственный из всех любил без протокола послушать «Травиату» или там «Кармен». Брежнев-то вообще терпеть этого дела не мог и только по большой нужде с Никсоном приходил в царскую ложу. Косыгин спрашивает у папы: «У вас дети, чем-нибудь помочь?» Папа сказал: «Все в порядке». Он этого не любил, и мы не любим. Мы это дело презираем — просить у этой власти что-нибудь, какая б она ни была. Мы все делаем сами.

— *Ваши последние программы сняты в каком-то общем устало-ностальгическом тоне. Монте-Карло, Крым, детство на закрытой даче...*

— Нет, это были совершенно открытые дачи, композиторы очень знаменитые, вроде Шостаковича, Хачатуряна, Прокофьева, строили их прямо в деревне. Это моя малая родина, или, как это называют, Старая Руза, 100 километров от Москвы, и мне там хорошо. Никто из людей, живущих в близлежащих деревнях, не относится ко мне, как к ведущему телевидения. Мои программы начинаются в одиннадцать вечера, они к этому моменту или пьяны, или устали. Это единственное место, где меня не просят устроить что-нибудь или кого-нибудь. Они меня с рождения знают: «Володька приехал».

Крым же вообще получился случайно. Мы делали в Днепропетровске какую-то левую программу с ребятами, и вдруг в час ночи кто-то сказал: «Поехали в Крым!» Сели, загрузили ящики с вином. Поехали — оказалось, 700 километров. В шесть утра бензин кончился, вышли из машины. Вышли — и безумно красиво. И безумно чего-то захотелось в шесть утра. Решили — будем снимать, а что снимать — никто не знает.

— *Вы постоянно обращаетесь к «дворянской» теме. По-вашему, она неисчерпаема? В то же время актуальные политические сюжеты, похоже, вас больше не занимают.*

— Я первую волну русской эмиграции очень чту, она всегда была страшна для советской власти, потому что это элита общества (и из этой элиты мои предки), но я уже понимаю, что это пристрастие — моя профессиональная ошибка. Что же касается политики, то она должна быть интересной. Если политика бездарна, то почему я должен о ней рассказывать? Кому интересен Хасбулатов? Я никогда не приглашу его и не буду задавать ему никаких вопросов.

Профессия имеет цикл — пять лет. Если у тебя что-то получилось, ты должен перейти во что-то другое, в другой жанр, в другое измерение, что ли...

— *Вам кажется, вы его нашли сегодня?*

— Вам так просто спрашивать... Только что вышел «Крым», и теперь опять надо что-то делать, а мне этого так не хочется. Ну не могу я каждый месяц в эфир выходить. Я хочу немножко посмотреть. Может быть, действительно найду что-то...

Московские новости. 29.03–4.04.1995 г.

Влад Листьев:

«ДАЛИСЬ ВАМ МОИ ПОДТЯЖКИ...»

У наивного журналиста в числе вопросов, заготовленных для Владислава Листьева, был вот какой коварный: «А где это вы, Владислав, наберете для «Часа пик» столько персон, когда столько интересного и умного народа уже «отстреляно» вашими ретивыми коллегами-тележурналистами, работающими в жанре беседы?». Наивный журналист минут пятнадцать ждал начала беседы, пока Листьев отвечал на звонки желающих с ним пообщаться в эфире. А звонили все та-а-акие....

— Вам, Владислав, чего на собственных программах не сидится? «Поле чудес» оставили, «Тему» осиротили...

— Да не ушел я из этих программ. Работаю над ними, но в другом качестве: как руководитель, консультант. А насчет «сиротства» «Темы» — готов спорить.

— Еще бы! Лидия Иванова — ваш выбор. И я еще не прочел и не услышал ни от кого, что выбор этот удачен и замена адекватна.

— Уверен, прочтете и услышите. Тем более, что рейтинг программы растет. А вот то, что она прочла о себе Лидия Михайловна, повергло ее в такое состояние, что не дай вам Бог... Человека чуть до инфаркта не довели. Да, она понимает, видит свои минусы, и даже начинает в эфире иронизировать по поводу своих каких-то внешних несовершенств. Нет пока уверенности, раскованности, точности реакции. Но прогресс очевиден. И при монтаже оставляем все больше кадров с ней.

— Не хочу быть виновником очередного стресса уважаемой Лидии Михайловны, но можно ли усовершенствовать то, на что не расщедрилась природа: я имею в виду обаяние.

— Оно разное бывает. Есть преуспевающие ведущие с отрицательным обаянием. Великолепные профессионалы с холодными глазами и весьма рациональным подходом к своему телевизионному делу. И они пользуются заслуженным успехом.

Мне таким представляется Владимир Познер. Наверно, это субъективно... Я хотел, чтобы программу вела женщина. Μεтаю о повторении феномена Валентины Леонтьевой, но с поправкой на тот своеобразный имидж, который может создать Лидия Иванова при ее внешних данных и манере общения.

— Ах, как все сложно-то, Владислав! А что бы вам было не пойти надежным, испытанным путем: отдать программу положительно обаятельному, профессионально «испеченному», остроумному журналисту. И не долбала бы вас пресса, не упрекали бы зрители, не подозревали бы в том, что вы хотели замены с выгодным для себя контрастом. Условно говоря, почему не профессионал примерно уровня Якубовича?

— А вы помните, как его поначалу охаивала пресса? Нет? Так сходите в библиотеку, полистайте подшивки... «Москонцертковский пошляк» — это еще не самое «ласковое», что о нем писали. А сегодня он суперзвезда. Дайте время. Зритель должен привыкнуть. Через полгода вернемся к разговору.

— Идет! А теперь — чего вы хотите от вашего «Час пик»? И почему «Час пик»?

— Всего двадцать минут. Ни о каком объемном портрете собеседника не может быть и речи. Я хочу — в идеале — максимальной сосредоточенности на какой-то одной проблеме, идее, которая волнует пришедшего в студию человека и одновременно всех нас. Пик интереса. Пик проблемы. И под это прицельно — сюжеты, статистика, информация. И никаких банальностей типа «что вы едите на обед?». Никаких общих мест.

— И все же через год «первачи», знаменитости поиссякнут — по четыре-то в неделю...

— А я не собираюсь приглашать только известных всем. Есть масса людей не на виду, но занятых крайне интересными делами.

— Например, изобретатели проектов вечных двигателей? Они нам всю передачу будут объяснять принцип действия...

— Не утрируйте. Речь о других. Вот, например, директор завода «Кристалл» — ведь не поп-звезда, а дело, которым занимается, интересует всех: и пьющих, и сочувствующих. Критерии — дело, которым занимается человек, значимость этого дела для России и, конечно, умение живо и кратко говорить.

— *А политические его пристрастия?*

— В студии будут люди с самыми разными взглядами. Я категорически не занимаюсь политикой, не состою ни в одной партии, не примыкаю ни к одному движению, кроме уличного. Но за политикой слежу очень внимательно. Как журналист. Исчерпаем кандидатуры? Вряд ли! Я бы каждый день выходил в эфир. Даже легче было бы — пауза расслабляет.

— *Прямой эфир, все непредсказуемо. Как вы готовитесь? Как день складывается?*

— 8.30 — выхожу из дома. С 9 до 11 — спорт. До 17 — дела по руководству компанией ВИД. До 19, то есть до начала программы, — анализ возможных вопросов, изучение досье, прессы, потом прогон, грим. После эфира — работа на завтрашний день, допоздна. И так каждый день, включая выходные.

— *Известно. Наверное, и перекусить некогда. Не потому ли подтяжки надели? А то многие посчитали, что вы под Ларри Кинга, популярного ведущего CNN, извините за сленг, «косите»...*

— Дались вам всем эти подтяжки! Может и рубашка у меня с кем-то «совпадает»? Я, к сожалению, не владею английским, поэтому не знаю, о чем говорит Ларри Кинг. И вообще, гарантирую: пройдет пара месяцев и забудут про эти мои злостные подтяжки.

— *Зато слухи о вашей сторонней коммерческой деятельности так быстро не смолкнут. Кстати, как дела в ваших частных магазинах, банках?*

— Чудесно! Все мои магазины, банки, земельные участки, острова, корабли и самолеты в полном порядке. Я ими успешной управляю в свободное от круглосуточной работы время. Руководство осуществляю непосредственно из восьмиметровой кухни или совмещенного санузла моей двухкомнатной квартиры. Ну а если без шуток, я занимаюсь только тем, что связано с ТВ.

— *Что же, Владислав, бедность не порок. Разве что обнищала целая государственная телекомпания. В «Останкино» перемены грядут. Как они вас касаются?*

— Начала работу комиссия по закупке программ. Ведет переговоры с производителями. И нам перемены еще предстоят. Мы должны продавать наши программы, чтобы хватало денег на производство новых, а «Останкино» через холдинговую компанию будет продавать рекламное время. В идеальном результате «Останкино» выправит свое финансовое положение. А ВИД, в частности, вряд ли извлечет выгоду: у нас самые высокорейтинговые программы, мы и без посредников продаем в них рекламу дорого и успешно. Но стратегически спасение тонущего «Останкино» важнее сиюминутных выгод. И по человечески для меня это важно? Столько с ними связано!..

— *Молодой ВИДовец Листьев — как давно это было. Вы теперь еще и начальник. Это вас как человека изменило?*

— Да. Стал намного ответственнее. Я отвечаю за себя перед людьми, с которыми работаю. А они отвечают за себя передо мной. Вот на этом парадоксе мы держимся. Я сделался работогилом. Почти нет личной жизни, что плохо. Но пока нравится.

— *А что не нравится в себе?*

— Раздражительным стал. Приходит, звонит масса людей. У всех предложения, проблемы. И каждый хочет изложить все подробно. А у меня выработался навык: сразу вычленять суть проблемы и предлагать несколько вариантов ее решения. Я прерываю собеседника. Он обижается. Я раздражаюсь. Я живу в другом темпе.

— *У вас защитная реакция на зануд и «чайников». А на «критиков»? А на сплетников, обвиняющих вас чуть ли не в миллионных взятках?*

— К критикам, в отличие от Лидии Михайловны, отношусь совершенно спокойно. К сплетням и наветам — философски.

— *А к язвительным предположениям, что, мол, и с «Часом пик» роман окажется недолгим?*

— Года три, даст Бог, продержусь. Ну два, минимум. А новый проект уже брезжит...

Известия. 24.06.1994 г.

СТОРОЖ СОБСТВЕННОЙ УЛЫБКИ, ИЛИ ИДЕОЛОГИЯ «ОТ ТРУССАРДИ»

Смолоду Леонид Парфенов твердым шагом пошел в политическую телевизионную публицистику — в конце восьмидесятых, разрешите напомнить. Это очень важно, потому что теперь само воспоминание о том времени сразу отпечатывается картинкой тотального и бесконечного митинга, что было полезно для общества. Но кончилось. Но это тоже замечательно.

Сначала появился симпатичный скромный мальчик — создатель документального фильма «Дети XX съезда», он привел тогда еще слабо обкатанных телевидением шестидесятников и был благосклонно замечен. Потом создал в рамках престижного в перестройку Авторского телевидения информационную программу со странным названием «Намедни» (как теперь ясно, удачным и прилипшим), в которой стал откровенно дерзить повременному начальству партии, правительства и телевидения. Слава крепкого профессионала настигла Парфенова в тот год, когда он выходил в эфир с программой «Портрет на фоне». Там он дал себе волю как комментатору и жизнеописателю. Портреты политиков получались неожиданными и нетривиальными. Наверное, многие из них успели захотеть чтобы их нарисовал Парфенов. Когда к телевизионному ведущему выстраивается негласная очередь, это — ступень и признание. И Парфенов начал это осознавать: на экране появлялся крепко уверенный в себе человек.

Однако новое поколение вместе с «Пепси» выбрало много разного, только страсти к политике в том пакете нет. Почуввав новые веяния или не найдя в себе желания лезть на баррикады (а это надо делать время о времени в нашей стране), Парфенов снова сделал вираж — вернулся в информацию ведущим программы «Намедни» в новой престижной телекомпании НТВ.

Он изящен и легок, и создает впечатление удачливого человека, которому работа подчиняется без напряжения, с лету

почти всегда. (Почти! Случаются, и чем дальше, тем больше, вялые выпуски «Намедни» или неудачи, вроде специального, о фестивале Владимира Спивакова в Кольмаре, или банально-туристского с венецианского карнавала). Просвещенный дилетантизм, наверное, пункт если не обязательный, то желательный для ведущего, чья специальность — информационные программы. Легкость передвижения от темы к теме, скользкие мостки между сюжетами, обаяние, с помощью которого — гораздо больше, чем с помощью слов — можно запечатлеть себя в памяти зрителей. В дилемме «быть или казаться» ведущему на телевидение важнее последнее... Парфенов это понял.

Скорее всего, принимая современный мир как полноценный, Парфенов не хочет, как многие ведущие, страдать и кликушествовать по поводу затухания культуры и прочего духовного. Он знает, где ему найти это самое духовное. Формы, в которых проявляет себя культура, для него шире, чем для особо страдающих и все жаждущих начала какого-то возрождения — как забега с низкого старта под выстрел судьи.

С появлением «Намедни-2» можно говорить о рождении жанра авторско-информационной программы. Нужды нет, что хроника культурной жизни «от Парфенова» (говоря о нем, почему-то хочется заимствовать лексику из мира модельеров и визажистов) подчас смещает реальную картину, представляя Москву едва ли не мировой столицей чрезвычайно остроумных хеппинингов и всяких действий, происходящих за пределами академической культуры. В «Намедни» скорее встретишь сюжет о вернисаже авангардиста и не обязательно — репортаж о театральной премьере. Культурная жизнь Москвы предстает в виде весьма соблазнительном, хотя — сами москвичи могут догадаться — несколько искаженном. Парфенов дает хронике тусовок, не всем доступных даже при желании и наличии денег. Он входит в этот мир, он любит этот мир — отдаленный,

особый, глядя на который можно или позавидовать посвященным в него, или удавиться от раздражения. По многим выпускам «Намедни» можно подумать, что тусовка представляет собой некий центр притяжения для автора программы. Если в событии есть «тусовочный элемент», хотя бы минимальный, корреспонденты «Намедни» непременно обозначат и будут педальировать его.

Появиться в «Намедни» — престижно. Парфенов стал тем самым распределителем, от которого многие годы зависел всяк и на свой лад: кому деньги, кому путевки, кому колбасы из-под прилавка. Он стоит у врат распределения информации по культурной жизни. Благодаря ему мы узнаем много интересного и неинтересного из жизни московской молодой богемы (действующие лица старшего возраста у него где-то на втором-третьем плане), Рядом с детьми недолговечного, но вполне сложившегося «советского дворянства» — младшими Бондарчуком, Табаковым, Михалковым и четой Пресняковых-юниоров — всеми, кому не надо было делать имя с нуля, а также в среде уже нестрашного, престижного и агрессивного в своих проявлениях экс-андеграунда, Парфенов выглядит уже вполне своим, то есть человеком столичного светского круга. Это одна из тех ролей, о которых может мечтать человек телевидения, но получается она далеко не у всех. Можно считать, что жизнь сложилась удачно, если человек благодаря своему таланту и уму становится модным за пределами своего профессионального круга. Быть может, и поэтому — и не всегда вполне сознательно — Парфенов любит давать сюжеты из жизни этих счастливых, баловней судьбы. На программе Парфенова — и на нем самом — лежит ответ этой излюбленной тусовки. Стоило только увидеть его перед входом на «Нику» — счастливейшего, в бабочке, как бы прокричавшего населению: «Я здесь! Я с ними!», «А для вас через полминуты — интервью Ростроповича». Казалось, он пританцовывал на снегу не от холода, а от желания побыстрее скрыться в заветном Доме кинематографистов. Таков не очень долгий и удачный путь из Череповца, где произрастал Леонид Парфенов, в центр Москвы.

Парфенов, видимо, страшно любит себя

на экране и заботится о своем внешнем виде «от Труссарди» не меньше, чем о содержании программы. Скорее всего, он считает себя самого полноценной эстетической составляющей каждого выпуска «Намедни». Отсюда недалеко до нарциссизма, который можно назвать профзаболеванием телеведущих, и превращения знака «от Труссарди» в идеологию автора. Драгоценное понятие имиджа стоило Парфенову, например, естественности в улыбке: ибо придумал он ее, лучезарную и несмыкающуюся, в пору дефицита улыбочных лиц на телеэкране. Да и так остался ее сторожем. В улыбке уже больше пластмассового вещества, но она часть имиджа, и на ней фирменный знак: «Сделано Парфеновым». Запатентовано. Он вообще не прочь выделить, приподнять себя. То у него — трибунка-пюпитр, «как ни у кого другого», а где трибуна — там и ощущения пьедестала. То он, при наличии у канала НТВ фирменной «упаковки», весьма при этом недурной, делают свою очень элегантную и с собственным изображением, подчеркивающую персональность программы — она моя! и только моя! — а заодно и значимость его ведущего. Так, самолюбование, пусть и неосознанно, обретает открытую форму, порой заставляющую зрителей снисходительно улыбнуться.

Сочиненным Парфеновым жанр, так же, как и его несколько фальшивящая (по отношению к строгой реальности) начинка, уже застолбили за собой прочное место. Убери «Намедни» — субботний эфир покажется куда скучнее и однообразнее. Нужды нет, что поначалу от «Намедни» ждали другого, Парфенов сумел убедить, что внутри его программы есть собственная логика — и зрители подчинились. Парфенов у нас обаятельный... Да ведь действительно явление культуры без оценки — ничто. А то, что мы лишены на — на НТВ или любом канале — обстоятельной информационной передачи о культуре, не вина Парфенова.

Правда, в последнее время «Намедни» все больше и больше похожа на механизм, который крутится по инерции. Только в силах самого Леонида Парфенова остановить его или сделать вращение осмысленным. Практически равны рейтинги «Намедни» и «Кукол». Поначалу казалось, что программа Парфенова «тащит» на себе

новую передачу. Но вскоре может быть, что Парфенова станут смотреть лишь в ожидании «Кукол».

НТВ подбирает ведущих по штучному принципу. И Парфенов — явно штучка. Или заодно — штучка. Мне интересно, при каких обстоятельствах может наступить момент, когда он скажет самому себе: «А вот этого на телевидении я сделать не смогу». Лихость и легкость, с которыми он от информации переходил в политический анализ, а оттуда — прямоком на тусовку, параллельно став сценаристом удачного (что не вероятно для нас!) ново-

годнего шоу НТВ, говорит прежде всего о смелости или, быть может, о дальнем расчете (почему-то мне кажется, что Парфенов не лишен этого качества) и только в последнюю очередь о сторожевом инстинкте: выскочишь из своей ниши — тут же займут. Он легко покидает ее, как только где замаячит соблазн попробовать себя в новом деле. Но, может быть, что уже видно по последним выпускам «Намедни», ему уже стало просто стало скучно делать трудоемкую и не всегда благодарную информационную программу.

Известия. 31.03.1995 г.

М. Пастухова

Сергей Доренко:

«Я СТРАННО ПРИШЕЛ...»

Автор и ведущий «Подробностей», «Версий», «Характеров» бешенную популярность приобрел после того, как в газетах появилось сообщение, что Наина Ельцина назвала его «самым красивым диктором нашего телевидения».

— Первая леди назвала меня словесным садистом. Это тогдашний пресс-секретарь Костиков, однажды предоставляя мне слово в нарушении очереди, объяснил, что делает это потому, что я самый красивый мужчина на телевидении. Позже на встрече с работниками Гостелерадио Ельцин орал на меня: «Этот «самый красивый» дал неправильную информацию». Он меня с кем-то перепутал. А первая леди назвала меня словесным садистом. Прошлым летом я сообщил о болезни президента, а Наина Иосифовна считает, что я не имел права говорить об этом, поскольку это ранит близких людей. Я же настаиваю: раз так произошло, что ее муж нанят нами на должность президента и поскольку мы от него зависим, то нас интересует состояние его здоровья. Вот эта парадоксальная мысль любящей женщине, конечно, трудно дается, но для меня очевидна — мне не безразлично то, от чего я завишу... Но больше я не помню комплиментов от президентской четы. Так что все не так уж романтично, как говорят.

— *Кто же вы на самом деле по образованию, по интересам? Как вы пришли на телевидение?*

— Я филолог по образованию. Читатель по интересам. На телевидение пришел случайно. Когда началась история с перестройкой, я, естественно, ни в какие перестройки не верил, но я видел, что власти в растерянности и они называют это демократией. А также то, что власть хочет быть хозяином первоклассной страны, а не второклассной. И это они называют ускорением и реформой. Ну и понятно, что этим надо пользоваться и, пока есть возможность, работать. Кроме того, я видел: они делают некоторые вещи, которые могут стать опасными для нас и наших близких, и потому мы должны быть в курсе их дел. И я шел как бы по заданию зрителя, и, пока он был занят своим серьезным делом, я узнавал для него разные штучки и докладывал с экрана, ну как референт, вроде того. Мне казалось, что есть такой зритель, который меня может послать сбегать. И я бегал. По-моему, полезная роль, во всяком случае не учительская, не назидательная. Но я сильно за это не держусь. Понимаете, я спокойно бросаю все — никаких проблем. Я странно пришел и странно уйду.

— *Верю. Из политических комментаторов вы уже ушли. Сейчас накануне президентских выборов многие большинство*

журналистов и каналов включились в пропагандистские гонки, а вы пожелали быть в стороне. В чем причина? Может быть, у вас несложившиеся политические взгляды? Нет уверенности?

— Мои политические взгляды, согласно профессиональному долгу, как я его понимаю, — абсолютный секрет. Я не имею права высказывать свои взгляды. Я возмущался по поводу Буденновска и накануне Первомайска говорил, что вот-вот такое будет, но это гуманистические вещи, а не политические.

Власти озабочены тем, что называют стабильностью. Речь идет о личной стабильности. Господа не у власти предлагают некую иную стабильность и т.д. Все очень нервное? Главное потому, что на кон поставлена целая страна. Как я понимаю свою профессию, я не могу принимать участие в драке за раздел страны. Потому что для этого я должен был бы быть воспитан в традициях русской журналистики, а я в них не воспитан.

— **Вы сменили амплуа. Сегодня вы делаете ток-шоу и работаете для другого зрителя. Кто он?**

— Женщина. Женщина — самый благодарный телезритель, даже рекламные кампании обращены к ней. Глупо этим пренебрегать. Зная это, я просто должен соответствовать ее запросам — она хозяйин мой, я же работаю в сфере обслуживания.

— **Но ваша новая программа «Характеры» обращена скорее к мужчинам: это программа о преодолении трудностей.**

— Ой, да вы посмотрите нашу передачу и убедитесь: настоящие характеры проявляют только женщины, им то, что под силу женщинам, мужчинам абсолютно не по плечу.

— **Речь о наших женщинах или женщинах вообще?**

— Вообще. По тому что мужчинам — все прощено. Женщины им все прощают.

— **Это вам кто сказал?**

— Никто, но я же вижу. Мужчины истеричны, инфантильны. Напился, начинает матом ругаться — это считается клевый темперамент, крутой мужик. То есть даже оправдание придумано. Когда он себя по частям собрать не может, не может понять, в какой семье он живет, на каком он свете живет. Это тоже считается мужским поведением. Все ему прощается — исте-

ричность, инфантильность и кретинизм. Вообще обществом прощается, и не только в России. Женщины сами себе этого не прощают. Они должны быть четкими, красивыми, правильно ходить на работу, всех обогреть, обойти, этого идиота спать уложить... Из чего я делаю вывод, что мужчинам в принципе жить легче. Им позволено сломаться, впасть в истерику в любую минуту.

— **Но вы себя относите к миру мужчин или вы как бы...**

— Я не отношу себя ни к каким сообществам людей. Я, разумеется, отношу себя к миру мужчин, но не в коллективистском смысле, а в индивидуалистическом. Я мужчин не люблю, что делать. Мне легче работать с женщинами, общаться с женщинами, вообще быть с женщинами. Они умнее, что ли...

— **Как вы в связи с этим относитесь к феминизму?**

— Мне нравится, если я отношусь к даме как к леди, чувствовать себя джентльменом. А им не нравится — ну и дуры! Американкам, например, пальто подашь или еще чего-нибудь, а они нервничать начинают...

— **Кстати, о пальто. Когда-то в одной из передач про манекенщиков вы рассказывали о своей работе на этом поприще, и тот памятный клип к «Версиям», где вы в дивном пальто цвета Navy Blue...**

— Это пальто стоило 30 долларов, китайское, случайно купленное из каких-то сэйлов и отходов. Но, пожалуйста, я должен продавать товар — и я его продаю, это закон жанра. Вы должны делать что-то, что от вас требует профессия. И все. Манекенщиком я не работал — они там, как всегда, перемонтировали, и получилась полная ерунда. Я в девятом классе средней школы заходил по пути домой каждый божий день на примерку рубашек. На меня рубашки шили в доме моделей, меня маман туда свела. У меня был идеальный 50 размер, миллиметр в миллиметр, просто литой. Они шили на меня какие-то рубашки, но я их не показывал ни на каких подиумах, походочку не отрабатывал. Я шел туда, потому что за каждую примерочку платили рублик. Когда вам 15 лет и запись Led Zeppelin стоит ровно рубль, а вам еще нужно собрать все концерты Beatles, и Deep Purple, и ранний Queen — этот рубль был мне нужен, и я знал, где

мне его взять. Я стоял там, как конь по-нуро, и только следил, чтобы расписались в ведомости. Потом я работал сторожем в «Лейпциге» будучи студентом. С Андрюхой Афанасьевым, сыном Юрия Афанасьева, туши говяжьих таскал, чтобы трюндель зашибить у мясников. Нормальная работа.

— *А какое у вас вообще отношение к своей внешности? Это часть профессии?*

— Я причесываюсь пятерней. Стригся я всегда сам. Беру расческу — специальная такая, зажимается с бритвой. Причесывается, когда причесались — шлеп, уже подстриглись. Иногда, правда, белые пятна появляются. Но они зарастают — тут важно работать мордой в кадр так, чтобы белое пятно не лезло. А загривок — его вообще никто не видит, какая разница.

— *Но сейчас передача, где вы видны со всех сторон, как вы выходите из положения?*

— Сейчас за меня взялись. Ольга Бурмистрова — «третьи ножницы планы». Специально я над имиджем не работаю, но если я работаю над передачей, я должен думать о том, что в ней уместно, а что нет и кому я ее продаю.

— *Замечательные слова: складывается впечатление, что наши телекомпании меньше всего думают о том, кому и зачем они будут продавать свою продукцию, то есть о зрителе. Возможно, в это основная проблема нашего телевидения?*

— Наша проблема не в том, что телевидение плохое или хорошее, а в том, что каналов всего 7-8. Когда у вас 65-90 каналов, вы употребляете программу, как таблетку — что нужно.

Хотя в принципе сетовать на телевидение — очень по-русски. Человек занятой, живущий полноценной собственной жизнью, не может сетовать на «черный ящик», это глупо.

— *При таком отношении к «язычку» странно, что вы в нем работаете. Что же вам все-таки там нравится?*

— Мне нравится, когда телевидение акцентирует внимание не на том, что ОНО об этом рассказывает, а когда оно об ЭТОМ рассказывает. Понимаете? Кроме того, мне нравится, что телевидение позволяет мне часто объекты внимания, вообще все и менять, комбинировать. Потому что я не мог бы работать в фабричном режиме, меня бы это удручало. Вот это меня все привлекает. Ну пока привлекает, а дальше увидим.

Уральский рабочий. 18.05.1996 г.

Ирина Петровская

РТР теряет лицо:

СВЕТЛАНА СОРОКИНА ПОКИДАЕТ «ВЕСТИ»

Прима Российского телевидения, настоящая звезда, народная любимица, которую, судя по различным опросам, одинаково почитают старые и малые, мужчины и женщины, интеллектуалы и простые люди, Светлана Сорокина покидает на этой неделе программу «Вести» и, скорее всего Всероссийскую государственную телерадиокомпанию. Шесть с половиной лет отдавала Сорокина ВГТРК и «Вестям». Все руководители компании отмечали ее непростой характер, самостоятельность, упорство в достижении цели. Все, однако, старались с ней поладить, поскольку понимали, что профессионалы такого класса на дороге не валя-

ются. В то же время и сама Сорокина не раз демонстрировала верность альма-матер, отказываясь от выгодных предложений, неоднократно поступавших с других телерадиокомпаний.

О том, что же произошло сейчас и насколько верен слух об ее уходе, Светлана Сорокина говорит так:

«Я действительно работаю в «Вестях» последние дни. До конца недели я должна решить свою дальнейшую судьбу. Из «Вестей» меня убирают однозначно. Предлагают взамен все, что моей душе угодно, кроме информации. Для себя я уже решила: если убирают с «Вестей», значит я ухожу из компании.

Состояние в связи с этим плохое, я в полном раздвиге.

— *Но в чем все-таки причина того, что вас убирают из «Вестей»?*

— Новое время — новые песни. Разрабатывается другая концепция программы, у «Вестей» падает рейтинг...

— *А какая же концепция разрабатывается?*

— Да какая концепция! Просто теперь требуется беспрекословное послушание, а я все последнее время держалась на одном упрямстве, на постоянных скандалах. Вообще в компании сейчас происходит много странного. Половодье новых людей, а те, кто работал здесь с основания, ищут работу, просят меня, если есть возможность, забрать их с собой в любом качестве.

— *Правда ли, что вы переходите на НТВ?*

— Большая доля вероятности, что я выберу именно этот вариант, хотя тоже не информация. Там все укомплектовано. Возможно, предложат что-то близкое, на стыке. Есть еще предложение на ОРТ, можно в Питер вернуться, но я уже здесь привыкла... В общем, очень тяжело. Я маюсь.

Председатель ВГТРК Николай Сванидзе (так же, как и Сорокина, работающий в компании с первых дней — одно время они даже делили на двоих кабинет) на вопрос, почему уходит Светлана, ответил так:

— Она, во-первых, не уходит, я надеюсь. Ей было предложено делать все, что она захочет, любую программу с любой раскруткой.

— *Но не «Вести»?*

— Нет, не «Вести». Сорокина не диктор. Она человек более крупного калибра. К тому же меняется структура вещания программы «Вести», мы переходим на другую манеру презентации новостей. Со Светланой же ведутся переговоры относительно ее будущего на ВГТРК. Решение о переводе Сорокиной на любую другую программу, кроме «Вестей», принял я. Это было очень непросто, потому что сама перспектива лишиться ее в случае, если мы не найдем компромисса, меня, как руководителя, удручает.

Не так давно в программе «Сюжет», которую студия «К-2» посвятила «Вестям», Светлана Сорокина процитировала слова

одного из руководителей ВГТРК: «Времена бурных выступлений в защиту «Взгляда», когда зрители выходили на митинг, миновали. Вот Сорокина — звезда, кумир зрительских масс. А уберем мы ее — ну зрители звонками несколько дней помучают, ну газетчики три дня пошумят. Неприятно, но все можно пережить».

Цинично, но абсолютно точно. У них незаменимых нет. Их, руководителей, можно даже понять: лучшая покорная синица в руках, чем строптивый журавль в небе. Все телевизионщики, с которыми мне довелось общаться в эти дни, пребывают в шоке: уж если с Сорокиной так, то что говорить об остальных ведущих, которые могут в любой момент вылететь из эфира со скоростью ветра, без объяснения причин, как это уже случилось с «Ивановым, Петровым, Сидоровым», «Анонимными собеседниками», «Мужчиной и женщиной». Рейтинг здесь ни причем: просто нужно освободить место для «своих», управляемых, испытанных, исполненных благодарности за «благодетельство». Эфир нынче дорог — чужие там не ходят.

Лауреат «ТЭФИ-96» в номинации «Лучший ведущий информационной программы» Светлана Сорокина сегодня проведет «Вести» в последний раз. За ее дальнейшую телевизионную судьбу можно не волноваться — Сорокина без работы не останется. А вот Российское телевидение жаль — оно теряет лицо.

Известия. 21.11.1997 г.

Кстати

В.Познер: Мне бы хотелось поспорить с председателем ВГТРК Николаем Сванидзе, заявившим, что решение об удалении из «Вестей» Светланы Сорокиной он принял сам. Совсем недавно в одной из передач РТР он с пафосом говорил: «Вести» — это и есть Сорокина, Сорокина — это и есть «Вести». Так что же изменилось? Из совершенно достоверных источников знаю, что решение он принял под давлением, что давление на него оказывалось с самого верха, там давно мечтали устранить ее за своенравность и самостоятельность. Что же касается якобы падающего рейтинга «Вестей» с Сорокиной, то я уверен: если сегодня провести опрос зрителей, она займет первое место среди ведущих информационных программ.

Известия. 26.11.1997 г.

Маша Топаз

ИНФОРМАЦИЯ — ЛЮБОВЬ МОЯ

В телекомпании НТВ мне все так нравилось, что не хотелось уходить. Понравилось отсутствие слоняющихся и курящих, и то, что народу по коридорам не очень много, все заняты, и даже кофе пьют, продолжая работать. При этом нервозности не ощущается. На стене, среди графиков, висел «Список оправданий» из восьми пунктов: от «телефон был занят» до «во всем виновата техника». В целях экономии времени предлагалось оправдываться просто по номерам. Татьяна Миткова вписывалась в эту атмосферу, как точно подошедший элемент мозаики. Один из центральных, хотя и не единственный. Ее эмоциональность и даже восторженность вполне уживались с рациональностью и четкостью. Она сразу обозначила границы, за которые журналисту не следовало совать нос.

— Я предпочитаю разговаривать с журналистами из провинции. Их бесхитростные вопросы не ориентированы на выяснение политических пристрастий, отношений с бывшими коллегами из «Останкино», от которых мы ушли в НТВ. Ненавижу такие интервью! Уход в другую компанию — не скандал. Это нормальный процесс.

— *И все же, перемена места работы любимых ведущих — всегда маленькая сенсация.*

— В уважаемых мною «Известиях» прокомментировали интервью с Флярковским и Гурновым. Честно говоря, мне обидно было читать. Говорилось, что они, уехав на зарубежные корпункты, потеряли творческое лицо, отказались от влияния на политику. Но если ведущий программы новостей влияет на политику, это уже не новости. Наша задача — дать факты абсолютно нейтрально.

— *Слово не бывает абсолютно нейтральным.*

— Согласна. Тут очень тонкая грань. Нужно пройти как можно осторожнее. Не навреди. Последствия могут быть ужасны. Я отрицаю значение ведущего как человека, оказывающего влияние на политику. Если влияет — надо менять профессию. Делать аналитические или публицистические программы.

— *Но как раз те, кого вы упомянули, не скрывали в «Вестях» своего отношения к происходящему.*

— Время было такое. Этим надо было переболеть.

— *Поступая на факультет журналистики, чем вы хотели заниматься в будущем?*

— Телевидением в сфере международной информации. Этот мир в начале восьмидесятых был закрыт для нас. Я еще в школе взахлеб читала газеты слово «журналист» было для меня священным.

— *Когда впервые вышли в эфир, горло не перехватывало?*

— И теперь перехватывает. Но на лице ничего не должно отражаться. На работе нельзя держать в голове никаких домашних проблем. Никому нет дела, что с тобой происходит. Но прямой эфир притягателен. Выступая, каждый раз испытываешь себя на прочность. И это становится необходимостью. Сейчас в НТВ период отпусков. И знаете, какие разговоры? «А что мы будем делать целый месяц?» кому-то это покажется полным бредом.

— *Отдыхать не умеете? Разве не хочется вытянуться на траве, ни о чем не думать?*

— Вытянуться хорошо. Но долго это продолжаться не может. Люди, работающие в прямом эфире, входят в особое состояние. Иногда какой-то кусочек передачи

можно бы записать заранее, чтобы легче потом было. Но все мы — и режиссеры, и авторы — категорически против всяких записей: другое настроение, другой ритм.

— **Можно сравнить вашу работу на ТСН с романом, а сегодняшнюю — с законным браком?**

— Очень похоже! Но о такой семейной любви можно только мечтать! Это ощущение внутренней гармонии с окружающей жизнью, с тем, что делаешь.

— **Может ли быть эволюция у ведущего?**

— Эволюция — только вместе с программой. Мне обидно, что никто не отмечает, как день ото дня меняется репортерский уровень. Телекритики крутятся вокруг одних и тех же имен. В рейтинге не отмечается эксклюзивность репортажей — ни наших, ни «Вестей», и первого канала. А у нас такие талантливые ребята собрались! Хотя многие — совсем еще дети...

— **Вы читаете телекритику?**

— Гораздо меньше, чем раньше. Есть несколько авторов, которых прочитаю независимо от того, ругают они наш канал или хвалят. Но, к сожалению, мне кажется, что кризис телевидения совпал с кризисом телекритики. Когда я читаю в рейтинге, что такого-то числа программа «Сегодня» была удачной, мне, честно говоря, становится смешно. Программа полностью зависит от жизни, от событий. К новостям нельзя относиться, как к художественному произведению.

— **Какие передачи вам нравятся, какие раздражают?**

— Те, что раздражают, не смотрю. Не трачу время... Стараюсь не пропускать «Итоги» — равной программы нет ни на одном из каналов. Обязательно смотрю и записываю — но это бывает редко — концерты Лучано Паваротти. И еще, колоссальное удовольствие от передачи «Пока все дома» с Тимуром Кизяковым. Единственная семейная программа. У нас на экране всего хватает — политики, эротики, криминала. Но о семье, о детях — почти ничего. А это самое главное в жизни женщины. И если что-то не так... Вот мой сын никак не может дочитать третий том детской энциклопедии. Это безобразие. Мне кажется, я в девять лет больше знала и успевала.

— **Популярность меняет человека. Вы на себе замечаете эти перемены?**

— Мне стало легче вступить в контакт, получить информацию, взять интервью. Я прежде была стеснительной. Появилась другая степень профессиональной свободы. Но не люблю, когда на меня обращают внимание. Чувствую себя незащищенной. Моя свобода сейчас ограничена, и довольно здорово. Избегаю появлений в общественных местах. Про магазины уже и не говорю. Раньше, когда были очереди, продавщица могла закричать: «Танечка, что ты там встала в конце? Иди сюда!» Вот уж тут выбегаешь без оглядки — ведь передо мной бабушки стоят! Ужас! Ужас! Муж со мной ругался, ругался, а потом понял, что ему не избежать хождения по магазинам.

— **Зрители в любви признаются?**

— Пишут... звонят...

— **Это приятно или утомительно?**

— Скажем так: я это понимаю. Понимаю.

— **А растущее благосостояние добавляет ощущение свободы?**

— Безусловно. И ощущение меньшей зависимости от красной даты в календаре, сознание того, что за свой труд получаешь адекватное вознаграждение. Я знаю, сколько в журналистской среде профессиональных драм на этой почве, когда люди не имеют возможности содержать семью и превращают свою профессию в ту самую... вторую древнейшую.

— **Деньги делают жизнь комфортнее. Есть ли предел, когда этого комфорта достаточно?**

— Не знаю, еще не думала об этом. У меня никогда не было цели запастись на черный день, не было сберкнижки. Так сложилось. Отец — военный, мама — домохозяйка... Мне нужно, чтобы вот сегодня моим близким было хорошо. Лекарства, хороший сок ребенку. Есть дача. Шесть соток. Грядочки, в которых надо покопаться. Редиска там и все такое. Я это обожаю. Сын помогает сорняки выпалывать. Это — отдых. Но перчатки — обязательно, чтобы руки были в порядке. У меня пианино очень хорошее, с клавиатурой рояля. Я училась музыке у великолепного педагога, собиралась поступать в музыкальное училище. Это лучшие годы моей жизни. Но потом как-то дошло: нужно быть

либо очень хорошим музыкантом, либо просто играть для себя. Музыка стабилизирует эмоциональный мир. Переводит в другое состояние. При этом я могу думать о весьма серьезных проблемах.

— *А что вы делаете на неделе, когда в эфире Осокин?*

— Летучка, прикидки на будущую неделю. Намечаем командировки. А дома смотрю все выпуски новостей, читаю газеты, делаю выписки.

— *Расслабления в свободную неделю не получается?*

— Получается. Это же не жертва — читать газеты в выходной. То, что было насилием над собой, — в прошлом. Цензура — вот страшное насилие. Когда в 91-м году ее снова ввели, каждый день заканчивался слезами. Теперь все позади, слава тебе, Господи!

— *Какие черты вашего характера вам помогают, а какие мешают?*

— Помогает организованность, доброжелательность. Мешает эмоциональность. Вот расстраиваюсь что ребенок бабушке нагрубил. Вроде бы разговариваешь с ним — все понимает, а стоит ситуацию отпустить... так что надо искать решение.

— *Конструктивный вы человек.*

— Ничего нельзя пускать на самотек.

Ко всему надо приложить усилия.

— *Вы верите в судьбу, в везение?*

— В мистическом смысле — нет. В цепочку логических закономерностей — верю. И в то, что не бывает безвыходных ситуаций.

— *Давно у меня не было такого оптимистического разговора.*

— У меня, говорят, поле хорошее. Зла не делаю... вот еще и в биополя я верю.

— *Никто не желает зла, но откуда оно берется?*

— Не умеет человек сказать ближнему доброе слово, и вся ее энергия оборачивается во зло.

— *А как же быть с теми, трагическими событиями, о которых вы сообщаете с экрана?*

— Жизнь не отменяет драм и трагедий. Но информация не должна оставлять чувства безысходности. У нас был период упоения новостями, несущими отрицательную информацию. Но каждое слово — я уверена — материально. В наших силах уменьшить по возможности этот отрицательный заряд... Есть журналисты, которые рассказывают о кино, театре. А есть и другие, которые просто сообщают новости.

Известия. 2.09.1994 г.

Григорий Симонович

...ЗАВТРА? «СЕГОДНЯ». СЕЙЧАС!

У ведущих программы «Сегодня» Михаила Осокина и есть два серьезнейших, трудно искоренимых недостатка. На них неоднократно указывали в письмах возмущенные телезрители. на них обращает внимание суровое руководство НТВ. С ними упорно борется сам журналист. Но пока искоренить их не удастся. И хотя рейтинги популярности Михаила Осокина очень высоки, и порой он «лидирует» среди всех «новостных» телеведущих, карьера его под угрозой.

Первый порок, еще хоть как-то терпимый, — часто произносимое слово «трубопровод» с ударением на предпоследнем слоге, а надо на последнем.

О втором недостатке, самом невыносимом, поговорим, пожалуй, в конце материала, чтобы слишком уже не огорчать журналиста и читателей.

Лучше — о достоинствах, странностях, склонностях и взглядах Михаила Осокина.

Представьте себе: завтра агрессивный отряд инопланетян высаживается в районе Пушкинской площади и предъявляет ультиматум человечеству, грозя свержением. Я бы на месте нашего правительства поручил именно Михаилу Осокину со-

общить об этом с телеэкрана. Тогда все оценили бы серьезность положения, но паники бы точно не возникло.

Есть нечто уверенно-спокойное в голосе, интонациях, манере ведущего. Нечто, исполненное достоинства и ответственности

за наше психо-физическое самочувствие, за состояние нервной системы общества, и так расшатанной донельзя бесконечными стрессами — экономическими, политическими, криминальными.

— Признайтесь, Михаил, это у вас наработанный стиль?

— Никакого актерского опыта не имел со времен самодеятельного школьного спектакля. Это просто характер, это просто врожденное, от мамы с папой. Я хронический спокойный человек. Даже в чем-то флегматичный. Не люблю проблем ни с окружающими, ни с самим собой. Не помню, чтобы срывался на крик. Нервная взвинченность случается. Особенно когда готовишь выпуск в цейтноте. Но все держу в себе. И вообще я по натуре наблюдатель.

Осокин резонно полагает, что такие свойства характера как раз то, что нужно в его профессии. Отобрать из потока новостей наиболее существенные, проанализировать их, скомпоновать и подать в эфир адекватно — здесь излишние эмоции противопоказаны.

А в жизни?

Он производит впечатление тихого интеллигента, человека замкнутого, малообщительного, погруженного в себя.

— Такие и есть. Предпочитаю тишину и уединенность. Круг друзей довольно узок, и меня это устраивает. Я сам выбрал такой образ жизни. И мне с самим собой нескучно. Пока. Не знаю, что будет дальше.

Удивительно: симпатии к Михаилу Осокину как ведущему растут и растут. А он утверждает, что не меняется со времен останкинской программы «Время» образца 90-го года и ТСН образца 92-го.

— Я всегда старался не драматизировать ситуацию. Напротив, находить в ней по возможности даже забавную сторону.

Не здесь ли разгадка высокого рейтинга Осокина: жизнь все драматичней и непредсказуемей, люди хотят надежды и подсознательно тянутся к тому «источнику информации», который микширует накал страстей деликатной манерой сообщения.

Осокин всегда уравновешен и солиден. «Солиден» — вот точное слово. Согласитесь, важное качество и для... историка.

Я заканчивал исторический факультет МГУ, защитил кандидатскую. В журналистику попал случайно. По свободному распределению, хорошо зная английский, пред-

ложил свои услуги на радио, в иновещание. И тринадцать лет кряду работал на американскую аудиторию, послушно убеждал ее в преимуществах и достоинствах внешней политики КПСС. К счастью, убедить американцев так и не удалось.

Зато приятелям и коллегам Михаила, таким, как будущий «взглядовец» Дмитрий Захаров и нынешний «итогавец» Евгений Киселев, удалось все-таки убедить Осокина, что на телевидении ему самое место. И в след за ними он пошел в «Останкино», где программа «Время» впервые явила его телевизионной аудитории. Потом были программы «Утро» ТСН. И вот уже больше года НТВ, «Сегодня». Привычный имидж: спокоен, строг, классический пиджак, галстук...

А в жизни?

— Ненавижу пиджаки, терпеть не могу галстуки. Надеваю все это за пять минут до эфира и тотчас после него снимаю. Моя одежда — свитер, джинсы, рубашка с расстегнутым воротом.

Он из семьи телевизионщиков. Но уверяет, что работа родителей, давно с телевидения ушедших, никак не повлияла на его решение. Просто так совпало...

— Вы думаете о карьере, Михаил?

Ожидать ли вашей собственной авторской программы? Или начальником станете? Или за рубеж собкором?

— Я человек не только замкнутый, но и пассивный. Если есть занятие по душе — готов отдаваться ему изо дня в день годами. Чего суетиться-то! Новости, что ложатся мне на стол, — вот это мне интересно. Это мое удовольствие.

А в жизни?

Осокин в компании разговорчив по-особому. Байки, общий треп — не его стихия. Он и здесь привержен информации. Любит рассказать друзьям о том конкретном, любопытном, что узнал из сообщений агентств. Единственное исключение — анекдоты. К ним Михаил питает слабость. Скучает по новым («маловато стало в последнее время»).

А вот еще одна странность. Осокина: он не смотрит телевизор. Или почти не смотрит.

— Только новостные программы и иногда фильмы. Я не очень люблю телевизор. Предпочитаю газеты. Читаю их утилитарно, с прицелом на работу: что можно использовать, что пригодиться... Если

фильмы, то комедии, нестрашные приключения и, конечно, Большое кино. А книги — в соответствии с моим образованием — исторические.

И снова — к профессии.

— Вы стараетесь почти не комментировать, по-дикторски отстраняясь от информации. Это укрепляет ощущение объективности программы. Такой стиль принят и ценится на Западе. Его оценили и у нас. Но в чем тогда предмет вашего творчества, ваша творческая свобода?

— В выборе информации из потока. В возможности подать ее, как бы столкнув мнения и позиции. Полемика, драматизм, курьез — все это может прозвучать не в лоб, а полифонично, в едва изменившейся интонации...

Комментировать не комментируя — это по-моему, высший пилотаж. Которым владеет Михаил Осокин.

А теперь вспомним обещание, данное в

начале этого очерка, и не умолчим о самом вопиющем профессиональном огрехе нашего любимого комментатора: он плохо произносит слово «скептически». Недавно на одном из выпусков сделал четыре попытки. Это звучало примерно так: «... и власти оценивают положение скептицически... скептически... скептически... скеп...» Тут Осокин сдался и с достоинством сообщил публике, что произнести это выше его сил. И нашел какое-то иносказание.

Не знаю, как сложится дальнейшая судьба Осокина на НТВ в связи с такой проблемой, но когда мы прощались и я выходил из останкинского кабинета, вид у Михаила стал весьма озабоченным. Еще бы: основные новости того дня, когда мы встретились, побуждали оценивать будущее действительно скептически. И Осокин, видно, тот час переключился на мучительный поиск подходящего синонима.

Известия. 16.12.1994 г.

Анри Вартаков

ИМЯ РАЗГАДКИ — СВЕТЛАНА

Ведущие телевизионных новостей не рассказывают о себе. Они рассказывают о событиях, происходящих в мире. Так почему же мы так много знаем о них? Почему же одни и те же события и схожие репортажи по разному воспринимаем в зависимости от того, кто выступает в эфире?

Эту загадку каждый день задает вам ТВ, и разгадка всякий раз звучит по-иному. Для меня имя разгадки — Светлана. Светлана Сорокина, которую россияне видят по несколько раз в неделю на своих экранах, когда она ведет «Вести». Любят ее и называют за глаза Светочкой. Как когда-то, много-много лет назад, называли первых ведущих дикторш Валечкой, Анечкой, Ниночкой.

Удивительное дело, чем больше наши телетеоретики доказывают, что идеальная информация непременно должна быть безличной и объективной, чем активнее руководство большинства телеэкранов подбирает ведущих новостей в соответствии с этой концепцией, тем большее упорство проявляет неосознательный отечественный телезритель. Он снова и снова голосует именно

за тех телеведущих, которые не скрывают (или почти не скрывают) своих субъективных, личностных оценок. Такова Сорокина, как и другие самые популярные телеведущие России — Татьяна Миткова, Юрий Ростов, Александр Гурнов, Евгений Киселев. Недаром в трудные для молодой российской демократии минуты (напомню расстрел мирных граждан в Вильнюсе возле телебашни и смелый поступок Т. Митковой, в ту пору ведущей ТСН «Останкино») каждый из названных тележурналистов не раздумывая вставал на ее защиту.

Это ощущалось не только в подборке новостей и в выпусках, но и в гражданских поступках, освещаемых этими людьми. В частности, героиня моих заметок в тревожную ночь на 4 октября 1993 года, будучи свободной от эфира, немедленно примчалась на телестудию, как только узнала о событиях возле мэрии и в «Останкино!». И после этого уже в течение всей ночи не возвращалась домой, сообщая в экстренных выпусках новостей о происходящих в столице событиях.

Сорокина в течение последних лет работает на Российском телеэкране и в отличие от иных своих коллег (Е. Киселева, С. Доренко, А. Шашкова) не перешла в другие телекомпании. Не соблазнилась она (как А. Гурнов, Ю. Ростов, В. Флярковский, В. Виноградов) и возможностью отправиться в дальнее зарубежье, чтобы в спокойствии и с немалой пользой для своего кошелька провести время вдали от нашей бурной, каждодневно меняющейся жизни.

«Вести» после всех этих событий сильно обезлюдели. Замены — не то что равноценной, но хотя бы пристойной — не нашлось. Сорокина, которая прежде была членом яркой и разнообразной команды, теперь осталась в городом одиночестве. Ее коллеги (при всем к ним снисхождении и уважении) не могут быть поставлены с нею рядом. Они, увы, по всем параметрам — как профессиональным, так и личностным — находятся как бы в другой телевизионной эпохе.

Сорокина, по опросам телезрителей, устойчиво занимает первое место среди ведущих информационно-публицистических программ. Исследования социологов из Фонда «Общественное мнение», которое по заданию телекомпании НТВ проводят ежемесячные мониторинги, свидетельствуют о том, что лишь в марте и в июле 1994 года Т. Миткова сумела встать в один ряд с ее популярностью. Во все остальные месяцы Сорокина оставалась на Олимпе зрительских предпочтений одна.

Крайне редко бывает так, чтобы оценки профессионалов и зрителей совпадали. На сей раз мы стали свидетелями трогательного единства. Чтобы понять этот феномен, я хотел бы остановиться на некоторых сторонах творчества тележурналистики. Попытаться понять ее своеобразие. Определить, говоря высоким стилем, место ее в отечественной телевизионной культуре. Не стану говорить о «золотой поре» «Вестей», когда они были самым ярким явлением в нашей информационной тележурналистике. Когда их делали в пик казенным, официальным выпуском «Времени», господствовавшим на партийном ЦТ. Сюжеты, составляющие в ту пору выпуски «Вестей», вели скрытую (а подчас и совершенно открытую) полемику с информационным официозом Первого телеканала. Скажу лишь о той работе, которая про-

исходила (и происходит) в нормальном, регулярном режиме. Ведь именно в таких условиях, а не на баррикадах формируется долговременный имидж телеведущего. Здесь как раз легче всего обнаружить характерные черты и методы творчества, прикоснуться к неповторимой телевизионной магии профессионала.

Я понимаю, что такие понятия, как «магия», «шарм», «обаяние» и подобные им выглядят слишком уж неопределенно. Их нельзя исчислять количественно. Нет и объективных критериев для их определения. И все же просвечивающий насквозь телевизионный «рентген» на уровне зрительских эмоций позволяет отличить человека с прирожденными телевизионными способностями от того, кто попал на экран случайно.

В Сорокиной, на мой взгляд, успешно сочетаются природные данные и умение распорядиться ими. Прекрасно ощущая свою способность нравиться зрителям, она никогда не эксплуатирует это качество. Не пытается, как многие ее коллеги женского пола, кокетничать, исторгать из наших сердец умиление, заискивать перед нами. Вместе с тем в отличие от других коллег не воздвигает между собой и зрителями преграды. Не стремится огоршить их чем-то по отдельности (скажем, костюмом или прической, темпом словоговора или апломбом всезнайки) или всем сразу. Поэтому-то, наверное, люди сразу же признали в ней свою, приняли в свои дома и сердца, стали относиться к ней так же душевно, как это было принято в далекую пору, когда ТВ только начинало завоевывать наши симпатии.

Сорокина не только обаятельна, хороша собой, проста. Кроме всего прочего, она еще и умна, самостоятельна в суждениях, смела, остроумна. Список ее достоинств можно продолжить. Но для того, чтобы не забыть какое-либо из них, хочу сказать о главном, вбирающем в себя все остальное. Журналистка на редкость гармонична и естественна во всех своих качествах. На экране все происходит легко и просто, будто само собой: ведущая новостей складывает сюжеты-кирпичики в такой последовательности, по сравнению с которой никакой иной и быть не может.

Мне вспоминается один из выпусков «Вестей» (6.05.94 г.), когда вся Европа

была взбудоражена наконец-то состоявшимся, давно ожидаемым событием — завершением строительства туннеля между Великобританией и континентом. Собкор в Лондоне А. Гурнов, бывший ведущий «Вестей», прислал репортаж о первом маршруте под Ла-Маншем, просил начать им выпуск новостей. Просьба его, по-моему, была более чем законной: действительно, событие грандиозное. И, наверное, любой другой ведущий «Вестей» безоговорочно последовал бы просьбе-совету лондонского собкора.

А что же Светлана? Рассказав в кадре о пожелании Гурнова, она чуть с приметным лукавством сообщила, что ставит его сюжет не на первое, но на не менее почетное центральное место в выпуске. И в итоге победила! Ведь зрителям запомнилась и просьба собкора, и неожиданная реакция на нее ведущей и, главное, из-за всех этих обстоятельств — самый сюжет о туннеле. Что, как говорится, и требовалось доказать!

Вы спросите меня: ну а зачем же все-таки понадобилось Сорокиной вводить миллионы зрителей в подробности ее взаимоотношений с коллегой? Неужто нельзя было без всяких пояснений взять да и поставить репортаж на «центральное место», то есть в середину выпуска, ведь это законное право ведущей? Только ли для того, чтобы таким экстравагантным образом привлечь наше внимание к сюжету? Вряд ли. Думаю, что тут важнее для Сорокиной было утвердить дорогой ей творческий принцип, согласно которому ведущий теленовостей — соавтор всех поставленных в выпуск сюжетов. А если так, то почему бы этому соавтору не приобщать нас хотя бы время от времени к тайнам своей творческой лаборатории?

Еще осенью 1991 года, когда Сорокина работала в совсем юных и дерзких «Вестях», можно было обнаружить этот ее принцип. Однажды (4.10.91) она призналась, что была шокирована, узнав про основоположника марксизма, что тот отсудил у родной матери все ее имущество. И что брат его умер от чахотки. Затем эти факты в выпуске оказались неожиданно отыграны в репортаже из Иванова, которое еще в дореволюционную пору не только иллюстрировало многие марксовы положения, но и по праву называлось «царством сит-

ца и чахотки».

Казалось бы, подобным нагромождением разнохарактерных фактов и обстоятельств журналистка загнала себя в угол. Но обратите внимание, как парадоксально и красиво, подобно шахматному композитору, предлагающему единственно возможное решение задачи, сама она разрубила созданный ею узел: всего навсего заметила относительно ивановских ткачих, что в ту давнюю пору они производили ситца в восемь раз больше, а болели чахоткой в пять раз меньше, нежели в блаженные, освещенные всепобеждающим учением советские времена.

Тут проявилось умение Сорокиной, оперируя непреложными фактами, так столкнуть их, что вдруг в них обнаруживается смысл, который прежде трудно было даже предположить. Этой своей способностью она пользуется чаще всего в финалах выпусков, которые стали ее «фирменным блюдом». Завершая новости, Светлана обращает наше внимание на какой-то факт (иногда даже фактик), который, освещенный ее мыслью, иронией, лукавой улыбкой, становится вдруг мудрой жизненной сентенцией, тем послесловием, которое западает в душу и остается жить в ней.

Приведу в пример некоторые из ее финалов, хотя, полагаю, читатели (являющиеся по совместительству, конечно же, и телезрителями) сами смогут вспомнить их в немалом количестве. Я обращаю внимание прежде всего на те из них, которые не ограничиваются констатацией неких курьезов, но немало говорят внимательному зрителю о нашей жизни, о царящих в ней нравах, в том числе и политических.

25 февраля 1993-го года, в очередную годовщину знаменитого доклада Н.Хрущева на XX съезде партии, Сорокина говорила о судьбах реформаторов в России. Если они останавливались и не шли вперед, то их самих и их реформы время отбрасывало назад. Эта сентенция оказалась очень к месту: тогда как раз в общественном мнении возникло ощущение, что Б.Ельцин склонен затормозить начатые им реформы.

Ельцину был посвящен и тот финал, который пришелся на вечер, когда писались эти строки. Сорокина рассказала зрителям о том, что в деревушке, где родился российский президент, создан музей и ушлые

экскурсоводы собирают с прибывших туристов плату, причем в «зеленых». И вдруг неожиданно умиротворяющий вывод: Ельцин, мол, борется за введение в стране рыночных отношений, и они уже победили — на его малой родине.

Впрочем, не всегда эти финалы бывают столь добродушны. Иногда за милым, почти анекдотическим юмором слышится что-то более едкое, почти саркастическое. Таким, к примеру, был финал одного из выпусков «Вестей» в преддверии гастролей Майкла Джексона в Москве. Сорокина сообщила, что знаменитая целительница Джуна объявила о присвоении заокеанскому певцу звания академика в создании ее Академии.

А затем, добавив, что, по слухам, встретиться с Джексоном собирается и академик Хасбулатов, журналистка с острой усмешечкой уже пожелала двум академикам «приятной беседы».

Это пожелание было прочитано аудиторией весьма определенно. До этого не раз в нашем обществе слышалось глухое раздражение по поводу избрания спикера Верховного Совета членкором Российской академии. Было очевидным желание заметить в его лице эдакого высокого покровителя наук, находящихся сегодня в трудном положении. И циничной выглядела готовность Хасбулатова в таких условиях выставить свою кандидатуру и баллотироваться в академики.

Вроде бы в этом сорокинском финале не было того возмущения, которым кипели сердца столичных интеллигентов, узнавших о результатах выборов в Академию. И все же он оказался гораздо более язвительным оттого, что ставил спикера-акаде-

мика на уровень тех бесчисленных академий, которые расплодились в последние годы в стране и стали поводом для упражнений фельетонистов...

В последнее время, как мне показалось, в финалах Сорокиной стало меньше таких вот дерзких, исполненных едва скрываемой иронии (а то и издевки) ходов. Создается впечатление некоторой усталости. В нашем разговоре с нею я прямо сказал об этом. Светлана призналась, что решила было не всякий делать отнимающие много сил финалы. Однако начальство тут же заметило ее «недоработку» и попросило не отказываться от «фирменного блюда». Теперь вот, продолжая «готовить» его, Сорокина мечтает найти какую-то новую форму завершения своих выпусков новостей.

Мне же в поисках объяснений перемен вспомнилась одна передача д. Крылова «Телескоп» (4.06.94 г.), в которой тот беседовал с телезвездами об их отношении к любви. Сорокина, как всегда, и тут выделялась своей искренностью и вместе с тем глубиной. Она высказала мудрую мысль о том, что люди стареют не постепенно, а скачками. Призналась, что после недавней кончины матери сразу же ощутилось, что кончилась юность и наступил зрелый возраст. «Рухнуло небо», — призналась она. И добавила: «Я так ничего и не поняла в этой жизни».

Тут, по-моему, Светлана Сорокина явно поскромничала. Она будто забыла, что своими программами помогает людям очень многое увидеть по-новому. А значит, пронзительнее и глубже понять эту самую жизнь.

Журналист. №12. 1994.

Юлия Михайлевская

ФИГУРА ВЫСШЕГО ПИЛОТАЖА. НОРМАЛЬНАЯ ЖЕНСКАЯ РАБОТА

Специальный репортаж для телекомпании НТВ считается в среде тележурналистов фигурой высшего пилотажа. Некоторые сюжеты делаются с ходу, другие — неделями. Одни — рядом, в столицах, за другими надо ехать хоть под пули, хоть на

холеру. В пору эпидемии холеры НТВ снимало два специальных репортажа — в Москве работал корреспондент Николай Николаев. в Дагестане — Елена Масюк с оператором Сергеем Ребровым. За несколько дней съемок они должны были

делать материал, основанный на фактах и подробностях, неизвестных за пределами территории, пораженной эпидемией. Мы предлагаем два репортажа «Известий-ТВ»: взгляд изнутри съемочной группы, работавшей в Дагестане, и наблюдение нашего корреспондента за группой, снимавшей в Москве. В этом номере «Известий-ТВ» о своей командировке рассказывает Елена Масюк.

Сперва мы предполагали, что вся эта командировка будет опираться на помощь МЧС — Министерства по чрезвычайным ситуациям. Оно должно было обеспечить нам организацию и клятвенно обещало всяческую поддержку.

Для начала оказалось, что в Дагестан из МЧС больше не летают, зато летают в Руанду — по 4 рейса в день. Поэтому вылетели мы рейсом Аэрофлота, по-прежнему ожидая всесторонней поддержки МЧС на месте. Но кое-чего рассчитать не сумели. Началось все с того, что в Махачкале мы пять часов просидели в кабинете у высокого начальства Комитета по чрезвычайным ситуациям, где о нас с оператором Сергеем Ребровым проявляли самую трогательную заботу. Зная, что мы прилетели специально на холеру, нас все спрашивали: зачем вам ехать в этот Шамильский район? Да еще на вертолете — это ведь так опасно! Потом начали попугивать: если поедете в холерный район, мы вас потом как потенциальных вибрионосителей на пять дней засадим в обсерватор. Поначалу все переговоры велись как бы мимо меня, с оператором, но скоро наши собеседники поняли, что его дело снимать, а разговоры разговаривать — мое. Это их напрягло. Как это, женщина лезет в командиры? По дагестанским обычаям, женщина — даже не друг человека. Я там женщин не то что в кабинетах — в их собственных домах едва успевала разглядеть, разве что в качестве подавальщиц.

По поводу определения нас в обсерватор я сказала, что из этой ситуации выход найти нетрудно: в Дагестане справку о здоровье можно запросто купить тысяча за двадцать — двадцать пять и благополучно с нею улететь.

Ближе к вечеру, не без помощи военного врача из МЧС, нам все-таки разрешили отправиться в Шамильский район. Но целый день был потерян.

Каждый шаг открыто контролировался. Пресс-секретарь комитета нас буквально преследовал, рассказывая, впрочем, при этом, как он нас понимает: ему тоже не дают работать, затирают... Однако главная его задача состояла в том, как потом выяснилось, чтобы завести съемочную группу к себе домой, а там, накормив и напоив, как-нибудь нейтрализовать — нечего мол, по сторонам глазеть. Но мы вежливо отказались от его гостеприимства. Гостиница в Махачкале, куда нас поселили, предназначалась для «чистых» из Москвы. Так вот, в этой — самой приличной — гостинице (в остальных, по глубокому убеждению пресс-секретаря, меня бы мгновенно изнасиловали, в камеру бы украли) два дежурных милиционера перетрясли буквально все наши вещи, разумеется, без какого-либо на то ордера, ссылаясь исключительно на сложность ситуации в стране. Моя бедная косметичка показалась им слишком большой — они вывалили оттуда зубную щетку, мыльницу и долго еще копались, видимо, предвкушая, что вот-вот обнаружат в ней запчасть к пулемету.

В гостинице, как и во все Дагестане, не было туалетной бумаги (традиции не позволяют), да и воду периодически отключали. Впрочем, нас это не пугало. Мы, все предвидя заранее, привезли много килограммов еды и 25 литров минералки.

Проникнуть в местную больницу было легче легкого. Туда может попасть любой. Родственные чувства — великое дело, им и холера не страшна. При нас к милиционеру подошла бабулька, говорит: «Пусти к внуку». А тот ей: «Погоди, не видишь — там комиссия. Приходи через полчаса...»

А мы что, хуже старушки? Несмотря на активное нежелание наших провожатых, мы в больницу все же попали и кое-что поснимали. Хотя разговаривать с нами пациенты, предупрежденные теми же провожатыми, отказались.

Что меня потрясло, так это люди. Весь мир понимает, что у них эпидемия, а они — нет. Все так же ходят с кувшинами по воду. А чуть выше по течению холерная больница сливает в эту речку все, что можно. И никакие российские субсидии здесь не помогут. Тем более что субсидии эти самые так, судя по всему, ни до кого и не доходят.

Снимать нам толком не давали. Постоянно как бы отвлекали от дела. Любая

скромная закуска оборачивалась застольем часа на два, где полагалось произносить длинные тосты. Как только мы собирались поговорить с людьми, оказывалось, что времени нет, что вертолет сию секунду взлетает. Дело доходило до абсурда: мы поехали снять общий вид Махачкалы с самой высокой точки, с горочки. Провожатые из-за этого целую бучу подняли: как вы смели пропасть на 15 минут?! Вечером мы валились с ног от усталости, а все понимающий пресс-секретарь так и сидел с нами, сторожил: как бы мы, не дай Бог, еще куда не пошли. А рано утром за нами уже приезжали. Третий день — снова в Махачкале — был самым неприятным. Нам сразу сказали: мы разработали план действий. Все расписано по минутам. На каждый объект — свой ответственный. Вы должны снять, как солдаты осуществляют дезинфекцию, как обрабатывают постельное белье, подвалы. В общем, как все хорошо.

На одном из военных объектов нас пригласили обедать. И вот там вышла заминка: женщин-то за стол с джигитами не сажают... Сделали исключение, но дали это понять. А тут еще и местный глава администрации решил почтить своим вниманием группу из Москвы. Все обошел, со всеми поздоровался за руку — с мужчинами, разумеется. И тут ему сказали, что главный-то в группе — я. Подошел, поздоровался брезгливо, глядя в сторону.

Есть страшно. На первом же принудительном застолье Сережа как следует отравился местной водкой. С едой тоже не все понятно. Какими руками ее готовили? Вымыли помидоры или нет? Но ситуация безвыходная: пока не поешь — дальше не везут. Правда, к тому времени мы про стерильность и думать забыли. Спиртом руки протрешь, и пошел дальше. Так что и поел, и все, что положено по их плану, отсняли. Тот случай, когда легче отдался, чем объяснить, почему не хочешь.

В последний вечер должен был состояться прощальный ужин по поводу нашего отъезда. Привезли нас на дачу, куда-то на берег моря, неподалеку от того места, где канализация впадает в Каспийское море. И очень звали там искупаться (вот министр по чрезвычайным ситуациям первым делом искупался, а вы?).

Что-то не хотелось. Ну да ладно, пошли шашлыки есть. И тут опять возникла женская тема.

Мне нужно было произнести тост. Наверное, за Дагестан. А я — за хозяйку дома и за всех дагестанских женщин. И, видимо, в купе с тем, что я вышла покурить (!), переполнила чашу мужского терпения. Дальнейшие события практически описанию не поддаются. Приехали мы туда на двух «Нивах» и «Волге». И вот вдруг председатель комитета с генеральным из МЧС садятся в «Волгу» и уезжают не простившись. Потом подходит ко мне наш пресс-секретарь и, видимо, как официальное лицо официальному лицу, начинает рассказывать о том, что один из генералов был очень напротив, чтобы я... И дальше мне конкретно объяснили, чего от меня ждут. Я отреагировала неадекватно: поднялась и пошла к оператору. Решила, что покурить с ним у моря будет безопаснее. Через полчаса возвращаемся — у дома ни одной машины. Полная тишина. Со стола все убрано — будто и не было никого. Только пресс-секретарь нас поджидает. В том, как он объяснил нам сложившуюся ситуацию, не было ни одного приличного слова. Такого потока оскорблений я ни разу не слышала. Оказывается, все решили, что мне захотелось поразвлечься с оператором. Мне что, гостиницы было мало? Там же душ есть! «Да ты меня опозорила! Сколько мы за тобой ходили — теперь сиди и слушай, что тебе говорят!»

Взяли мы с оператором все наше тяжеленное барахло и пошли под эти вопли на дорогу. Пять километров протопали, ни одна из машин не остановилась. Слава Богу, мимо проезжали те военные, которых мы снимали утром, — они нас узнали и довезли до гостиницы. А то, говорят, сами бы вы просто не дошли — поздно уже было. Обещанных билетов на следующий день в аэропорту, естественно не оказалось. Правда, приехали представители МЧС, провели нас через депутатский зал и попрощались — без душевности в голосе. Пресс-секретарь так и не появился.

Потом, уже в Москве, нам передали, что звонили из Дагестана, извинялись... за то, что нас «потеряли». Джигиты все-таки.

Известия. 16.09.1994 г.

ФИГУРА ВЫСШЕГО ПИЛОТАЖА-II

В прошлом номере «Известий-ТВ» в репортаже «от первого лица» корреспондент НТВ Елена Масюк рассказала, что значит и как делается обыкновенный спецрепортаж «на выезде». Сегодня речь о том, как создается такой же репортаж в Москве. Обозреватель «Известий-ТВ» Юлия Михайлевская несколько дней провела в съемочной группе Николая Николаева.

— Корреспондент «Известий» хочет съездить с нашей бригадой на съемку спецрепортажа? Что ж, подъезжайте завтра к 9 утра. О'кей?

— Ну конечно, о'кей!

Подумав о том, что предугадать тему и место съемки на завтра крайне трудно, я перезвонила в НТВ. Теперь меня интересовал вопрос, что же завтра в 9 утра будут снимать? И что может понадобиться — куртка, бронежилет, холодное оружие...

— Да нет, одевайтесь, как хотите. Снимаем холерные бараки. О'кей?

Психология людей, которые подобные сообщения выстреливают как должное, я смогла постичь только сутки спустя. В 9 утра следующего дня — признаюсь, к моему великому облегчению — мы не поехали в холерные бараки. А отправились в кабинет к профессору, который изобрел средство от этой и других зараз. За четыре часа общения корреспондент НТВ Николай Николаев одолел всю премудрость воздействия данного вида идиотипов на иммунную систему человека. Но ему для репортажа этого мало — наглядности ради нужно, чтобы под руками профессора восстал безнадежный больной.

Причем, чтобы материал стал сенсационным, требуется не просто какая-то забытая болезнь типа псориаза, а самая актуальная. Для нормального репортера холера — лучше и не придумаешь. Но — и этого съемочная группа ожидала почти со стопроцентной вероятностью — Минздрав тоном победителя заявил в телефонную трубку, что ни одного случая холеры в Москве не зарегистрировано.

Что делает в таком случае съемочная группа? Николаев убеждает доктора, что тот обязан вместе с телевизионной брига-

дой поехать в Дагестан, и чем скорее — тем лучше. А скорее — это значит сегодня ночью. Испуганный таким поворотом дел представитель фирмы, которая привезла врача с Украины только для исследовательских работ, клянется, что к завтрашнему дню из под земли достанет такого больного в столице. Только не увозите профессора! А корреспондент «Известий» предлагает свою кандидатуру для мистификации, уверяя, что холерного больного изобразит запросто. Но Николаев работает чисто, поэтому история про холеру оказалась временно законсервированной. Тем временем Елена Масюк удачно сработала на холере в Дагестане, сумма информации, выданной по этой теме в НТВ, была достаточно высокой. Телекомпания не оскрамлилась. Николаев начал делать другой репортаж, уже автоматически предложив мне место в машине.

Но, увы, мне так и не удалось вместе с телевизионной группой войти в горящую избу, подставиться под пулю или своими глазами увидеть спасение заложника. Просто не повезло. А тем, кто готовит спецрепортажи, везет в этом смысле часто. Николаев, специализирующийся на криминально-медицинской тематике, все это видел, и тем не менее утверждает, что самые сложные ощущения он испытал на операции транссексуала: это запредельный фокус, который не укладывается в сознании, от которого болит голова и подташнивает. В таких случаях, чтобы отвлечься от сути и тошноты, Николаев говорит себе: «Проверь звук, посмотри, какая симпатичная сестра слева».

Не менее острая ситуация возникает, когда радостный ассистент вбегает с криком: «Коля, дуй скорее в реанимацию, там мужик прямо из-под колес поезда!» Он заходит — а там человек, у которого менингит вместо ноги. Можно быть каким угодно профессионалом — но в таких ситуациях приходится убеждать себя, что перед тобой просто «объект».

А настоящий страх Николай испытал, когда снимал женскую колонию. 8 марта Зэчки все в марафете. И запели

ему, единственному забредшему в тот день мужику, о любви. А под конец на танцы пригласили.

Корреспондент, взявшийся за спецрепортаж, обязан быть максималистом. Каждая тема должна стать вопросом жизни. Если идешь к экам и потом рассказываешь, как они на сегодняшний день живут — это еще не «спец». Если ты доказываешь, что законы зоны честнее, чем законы воли, или, еще лучше, что психология эков — наша психология, что их «крученность» перешла в общество — вот это уже похоже на спецрепортаж. И никакой философии — факты, только факты.

Впрочем, инструкций по рождению и развитию спецрепортажа не существует. Нет даже точного графика его появления в эфире. Тема возникает откуда угодно: маленькое сообщение в газете, информация, пришедшая по личным каналам, какой-то случайный звонок. У главного редактора информационных программ Олега Добродеева должна сработать интуиция: потянет новость на спецрепортаж или нет?

Не всякий корреспондент НТВ занимается спецрепортажами. То есть может каждый. Но не каждый захочет. Чего проще — снял пресс-конференцию. Через два часа все уже смонтировано — пожалуйста, давай в вечерний эфир как обыкновенный сюжет. Или толпа акционеров «МММ» — пальчики оближешь. Постоял с ней часик-другой, потом погдумился в свое удовольствие — вот и вся любовь.

Над каждым же спецрепортажем группа работает от трех дней до нескольких недель. Можно отснять 6-7 кассет интереснейшего материала (это два с лишним часа), но потом их нужно превратить в четырехминутный сюжет. Иногда вся работа может пойти в корзину, как в случае с московской холерой.

Когда дело не движется, корреспондента мучит совесть: он уже затратил средства телекомпании, у кого-то из коллег отнял камеру, увез оператора. В любой ситуации надо выкручиваться и заканчивать начатое.

...Три часа со съемочной группой мы сидели в кабинете заместителя генерального директора Департамента дорожного строительства. Туда же приехал заместитель министра строительства. Речь шла о проектах новой автомобильной дороги

Москва-Петербург. Оператор перемещался по всему кабинету над ворохом карт, чертежей, схем. Николаев в это время уже вникал в подробности нового проекта, который сулил грандиозные изменения в топографии, демографии и даже географии. И вдруг, когда зам. министра вышел, зам. директора с улыбкой сообщил: «Вообще-то, если честно, все это утопия. Или новый БАМ». Что сделал этот зам? Всего ничего — аннулировал проблему. И с нею — запланированный ход спецрепортажа. Николаев начал искать новый ракурс...

В этом процессе есть свой принцип: сначала находишь источник информации, затем ищешь эксперта и параллельно накручиваешь картинку. Причем желательно записать различные экспертные мнения. Различные — но не противоречивые.

Конечно, ни один профессиональный журналист никому не верит на слово. Основная задача — вычислить за всей неправдой хотя бы один правдивый факт. И это уже достижение. Или так опровергнуть сказанное, чтобы перед зрителем все-таки появилась реальная картина. Есть еще один вариант — дать зрителю динамичный кадр, и пусть сам выясняет: справедливо все, что говорится в репортаже, или нет.

За этим Николаев как-то отправился в инфекционную больницу к больным дифтерией. Оператор в палату войти отказался, поскольку можно было снять через стеклянную стену. Пришлось взывать его к мужскому самолюбию, кивать головой на молоденькую медсестру, которая спокойно прошла внутрь. На койке лежит человек с огромным зобом, тяжело дышит (через три дня он умрет). На вопрос: «Почему вы заболели?», хрипит: «Это все из-за моей безалаберности — не сделал прививку». Камера переходит в детское отделение, в палату к матери с двумя больными детьми: «Я не делала детям прививку, потому что у них на нее аллергия. А в соседней палате лежит семья, так они все привились — и что? Лежат».

Корреспондент представляет зрителю лишь информацию и право на выбор точки зрения. Но для того чтобы получить эту самую информацию, он провел в этой инфекционной больнице три дня.

И все же самое интересное начинается после того, как камера выключается.

Мы приехали на Ленинградский вокзал набирать факты для сюжета о скоростной железнодорожной магистрали Москва-Петербург. Поставили камеру перед зала — и тут же подбежали невменяемые граждане с требованием разрешения на съемку. Подошли к питерскому поезду «Аврора» поговорить с проводниками. Вопрос один: нужна ли скоростная железная дорога? Нужна, говорят, отчего же не нужна... Разочарованный оператор отошел в сторону, поближе к машинистам. Вот тут-то и началось: какая там дорога, пусть сначала поездка починят! Боимся состав обновить — того и гляди не тронется снова. Да и кто за билет может заплатить 100-200 долларов? Кто может, тот самолетом долетит... Тут, как водится, собралась толпа. Начался спор. Подлетел оператор. «Ну,

повторите же про поезд!» — взмолился корреспондент. Железнодорожники немедленно замкнулись: «Да кто тебе такое скажет! Ведь уволят. Поезд один, а начальников над нами знаешь сколько?!»

Сюжет заявлен на послезавтра, но пока МПС лишь изложило суть проекта, Москомприрода давать экспертные оценки отказалась, поезд на Питер задерживается, персонал боится сказать хоть что-то существенное, а в кармане уже лежит командировка в Катинь для съемок следующего репортажа. А сюжет о железной дороге должен выйти и должен получиться классным. Ведь чего там мудрить, спецрепортаж — это обыкновенная работа репортеров. А «высший пилотаж» — это красивое определение, придуманное не ими.

Известия. 23.09.1994 г.

Игорь Бродский

ТЕЛЕВИЗИОННАЯ БЕСЕДА КАК ЖАНР

Беседа как жанр родился по-существу вместе с телевидением и стал любимым и популярным жанром.

Это вполне объяснимо. Форма передачи — беседа — вовлекает телезрителя в обсуждение тех или иных актуальных тем, заставляет его вместе с ведущими искать пути решения обсуждаемых проблем, сверять свои мысли с мыслями специалистов. К тому же, дискуссионный характер передачи, его композиционное построение несут в себе элементы развлекательного антуража, что привлекает внимание телезрителей.

Жанр беседа пришелся по душе и организаторам телевидения — продюсерам, менеджерам. Их подкупает простота и дешевизна создания этих передач, по сравнению с различными шоу, документальными фильмами, телеочерками и т.д. А это в условиях рынка, когда каждая телекомпания стремится выжить — фактор далеко не второстепенный.

Так что же из себя представляет телевизионная беседа как жанр?

«Беседа» — утверждает В.Егоров, — это записанный кино — или видеоспособом обмен мнениями (подчеркнуто мною —

И.Б.) по тем или иным вопросам, с возможным последующим монтажом в соответствии со сценарным планом и с привлечением дополнительного изобразительного материала».¹

Вот совершенно противоположное определение Санкт-Петербургских ученых: «Беседа — это, прежде всего, **выступление** перед микрофоном кого-либо из приглашенных в студию (**монолог**). А интервью — это уже разговор на экране перед микрофоном, по крайней мере, двух лиц (**диалог**)».

И, наконец, еще одно определение жанра ученых Московского университета: «Беседа — это специфический телевизионный жанр аналитической публицистики, представляющий собой **диалогическую форму сообщения**. Широко представлен в программах. Посвящен темам, представляющим общественный интерес: политическим, экономическим, социальным, морально-этическим, научным и т.д. нередко перерастает в дискуссию».

Три определения... И хотя их авторы придерживаются различных точек зрения, в чем-то даже противоречат друг другу, в каждом из предложенных понятий

заложено рациональное зерно. Выводы одной школы дополняют определения другой.

Возьмем определение жанра беседы, предложенное исследователями МГУ. С одной стороны, оно наиболее полное, близкое к оптимальному, с другой, как ни парадоксально, половинчатое, однобокое. Судите сами.

Академический словарь русского языка дает два понятия беседы: 1. Разговор деловой и душевный. 2. Разговор на какую-либо тему с участием слушателей в обмене мнениями: собеседование.

Второе толкование термина «беседа», к сожалению, не учли исследователи МГУ. Но его подметили их коллеги из Санкт-Петербурга. Они указывают на то, что определенная тематика требует определенной формы подачи. В некоторых случаях целесообразнее беседовать в форме монолога.

Жизнь подтверждает это. Многочисленные беседы-монологи врача, педагога, психолога, косметолога всегда с интересом ждут миллионы телезрителей. Вспомним беседы-рассказы И. Андронникова, беседы-исследования С. Смирнова!

На местных студиях телевидения сегодня стали популярными беседы-монологи глав администраций губернаторов), работников комитетов по защите прав потребителей, юристов и т.д.

Жанр — это, прежде всего, устойчивая форма журналистских произведений, общность структурно-композиционных и стилистических признаков. Поэтому можно сделать вывод, что с точки зрения наличия всех подобных элементов беседа — представляется как самостоятельный жанр.

Сегодня, когда происходит постоянная диффузия жанров, на стыке двух-трех старых рождаются новые, было бы неверным абсолютизировать понятие жанра. Но вместе с тем было бы непростительной ошибкой и размывать жанровые разновидности

ти. Ведь именно они указывают на форму, на гамму красок и художественных приемов, необходимых в разработке жанра.

Итак, можно предложить определение беседы как специфического телевизионного жанра аналитической публицистики, представляющего собой как диалогическую, так и монологическую форму сообщения.

Беседа на телевидении по своему характеру, структуре, по содержанию приближается к газетной статье, к жанру корреспонденции. Почему?

Прежде всего потому, что беседа не только сообщает факты. В ней собеседники анализируют их, пытаются осмыслить, сделать вывод.

Говоря иными словами беседа, как и корреспонденция, позволяет на конкретном материале, взятом в сравнительно небольшом масштабе, аналитически разработать актуальную тему.

Нередко беседа по своему содержанию как бы раздвигает эти рамки. Появляются масштабность взгляда, анализа, обобщений, выводов. В такой беседе налицо обязательные компоненты газетного жанра статьи. Вспомните беседы А. Караулова с президентом Азербайджана Г. Алиевым, Э. Рязанова с президентом РФ Б. Ельциным и многие другие. Эти беседы характерны постановкой актуальных проблем, разработкой широких выводов на основе анализа и осмысления крупных событий, явлений, взятых в неограниченном масштабе. Такие беседы по своему содержанию, глубине и широте осмысления, выводов, на наш взгляд, адекватны газетной статье.

Это следует иметь в виду, ибо на телевидении жанр статьи отсутствует, а необходимость всестороннего анализа, осмысления крупных политических, исторических, экономических и других актуальных жизненных проблем велика. Подобную задачу на ТВ может успешно реализовать телевизионная беседа.

НА ЯРМАРКЕ ЭФИРНОГО ТЩЕСЛАВИЯ

Во всех теледержавах есть передачи, в которых известные всей стране люди отвечают на вопросы не менее известных журналистов. Вопросы — как правило, корректные по форме, но коварные по своей сути — строятся на ожиданиях многомиллионной аудитории. А она ждет от таких встреч если не сенсации, то уж, во всяком случае, чего-то нового, прежде неизвестного, о появившемся на экране человеке.

Среди подобных отечественных передач (от популярного в свое время «Телевизионного знакомства» У. Отта до недавно стартовавшего «Час пик» В. Листьева), по-моему, ближе всего к мировому стандарту «Момент истины» Андрея Караулова.

А происхождение у передачи было... нетелевизионное. Караулов, закончивший ГИТИС как театровед, работал в только что созданной «Независимой газете» редактором отдела литературы и искусства. Там и пристрастился к жанру интервью. В отличие от своих конкурентов по информационному рынку «НГ» не боялась предоставлять слово «бывшим». И на этой благодатной почве Караулов провел в газете свои знаменитые интервью с Адыловым и Семичастным, Алиевым и Чурбановым, Усманходжаевым и Рыжковым. «А будь такая возможность, — сказал Караулов в интервью «Журналисту» в начале 1992 года, я поговорил бы и со Сталиным, и с Гитлером...»

В том интервью В.Скорятину он отчетливо провозгласил некоторые принципы своей работы: «Я — не следователь. Они — не подсудимые. Мне важно помочь им в чем-то покаяться, оправдаться, отвергнуть наветы, опровергнуть досужие домыслы, а то и вранье». Действительно, газетные материалы выходили в обстановке, когда общественное мнение об этих людях было резко отрицательным. И беседа с Карауловым становилась чуть ли не единственной возможностью хоть частично объяснить свои поступки, смыть с себя грязь.

Настырность, интуиция, а под час и элементарное везение (напомню из того же

интервью рассказ, как случайное стечение обстоятельств способствовало встречам с Л.Кагановичем или с А.Лукьяновым) позволяли Караулову открывать разные двери — властной элиты в Кремле или поверженных кумиров в их домах. Интуиция подкреплялась рожденной, очевидно, еще в стенах ГИТИСа способностью «быть в образе», легко импровизировать по ходу разговора. (Кстати, на вопрос В.Скорятина: готовится ли Караулов заранее к встрече со своими героями, — последовал категорический ответ: «Никогда! Ничего не читаю и никаких вопросов не придумываю. Просто веду беседу, и вопросы возникают сами собой». Запомним...)

Взрывные публикации Караулова, а особенно их динамичная «экранность», привлекли внимание Российского ТВ, и вскоре склонный к лицедейству журналист явился к зрителям со своей авторской передачей «Момент истины». Видимо, ему хотелось протянуть линию преемственности — от газетных публикаций, принесших ему славу, к своим телевстречам. Но это не очень-то получалось. РТВ в отличие от «Независимой газеты» на беседы с «бывшими» не пошло. Оно предпочло видеть в числе гостей передачи разного рода знаменитостей, «звезд» политики, экономики, культуры. Правда, иногда Караулову удавалось преодолеть эти ограничения. То это была обретшая новую Родину — Литву — балерина Майя Плисецкая, то скандальный Александр Невзоров. И очень редко, с большими сложностями доля передач (которые не выпускали в срок, запрещали, выдавали затем без объявления) появлялись фигуры, подобные прежним его собеседникам: находящийся в тюрьме Г.Янаев, недавно вышедший из нее А.Лукьянов, боявшийся оказаться там А.Тарасов.

Казалось бы, познав нравы Российского телевидения, гордящегося тем, будто в нем ничего не запрещается, Караулов мог уйти с экрана и вновь целиком отдаться газетному делу. А он вдруг уходит как раз из газеты, прочно связав себя с ТВ. Сказался соблазн экранной популярности. Раз вкусив ее, Караулов попал под власть

теленаркотика. Говорю это не осуждая: он не первый, он не последний. Жаль только, что удовлетворение тщеславия привело вскоре к нелучшим, по-моему, трансформациям в творческом кредо журналиста.

Но вначале о том, что он в силу телеспецифики приобрел. Если раньше, вооружившись диктофоном, он работал один, то теперь вместе с ним была целая съемочная группа. В коллективе вскоре появились люди, отвечающие за подготовку будущей встречи, и в частности за подбор материалов. Теперь уж Караулов не может сказать, что не читает ничего заранее, не готовится к беседе. В его команде, имена которой в финальном титре идут «столбиком», первым числится Н. Гульбинский, опытный журналист, который одно время был пресс-секретарем А. Руцкого. Есть в телегруппе и режиссер. Монтируя видеозапись, он убирает неизбежные длинноты, которые были ахиллесовой пятой Караулова еще в газете. Правда, тот же монтаж не раз становился и поводом для упреков со стороны собеседников (напомню шумные истории с И. Константиновым и А. Руцким): мол, при монтаже их позиция либо умалчивалась, либо, что еще хуже, фальсифицировалась.

Вообще-то подобные программы во всем мире выходят в прямом эфире, чтобы у их участников и зрителей не было сомнения в аутентичности происходящего на экране. Но к этому руководство Российского ТВ готово не было. Мало того, оно продолжало вставлять палки в колеса уже завоевавшей популярность программы. Красноречивое свидетельство тому — неожиданное для зрителей и телекритиков появление двух передач Караулова (беседы с Д. Якубовским и А. Руцким) на канале... «Останкино», причем под шапкой «Момент истины». Уж какой невидимый постороннему глазу конфликт за этими фактами скрывался, не знаю. Но, думаю, не от хорошей жизни Караулов «изменил» своей фирме. И опять странность: уже у РТВ были все основания для разрыва контракта с журналистом. Но разрыва не последовало.

Вообще отношения Караулова с РТВ могли бы стать предметом отдельной статьи. Здесь же скажу лишь о том, как он свел счеты с руководителем РТВ Олегом Попцовым, пригласил его... стать собесед-

ником в «Моменте истины». Тщеславный Караулов сыграл на тщеславии Попцова. Знал, что тот не откажется. Знал также, что не посмеет цензировать и тем более запретить к выходу передачу, дабы не потерять в глазах общественного мнения упорно ожидаемый им имидж большого демократа. И вот — эфир. С самого начала Караулов обрушил на Попцова град обвинений. Обвинил его в соглашательстве с хасбулатовским Верховным Советом и готовности подчиниться назначенному им Наблюдательному совету. Извлек из архива дело литобъединения «Метрополь», в судьбе которого, говорят, не очень благовидную роль сыграл Попцов. Вспомнил, сколько раз С. Сорокина перед эфиром слышала от «шефа» телефонные указания не говорить того-то и того-то. Сколько раз, не выдержав этих экзекуций, подавала заявление об уходе. Назвал факты с запретом передачи А. Боровика «Совершенно секретно». Привел и собственные примеры — с Г. Янаевым и А. Макаровым, первый вариант беседы, с которым не вышел в эфир.

Попцов, судя по всему, не ожидавший такой атаки от подчиненного, опешил. Сперва он обращался к интервьюеру «на ты» и ласково называл его «Андрюша», но вот уже «на вы» перешел, что-то неубедительно роняя в свое оправдание. На грубый вопрос: «Не кажется ли вам, что все три года на ТРВ наша деятельность — сплошное предательство по отношению к самому себе?» — вынужден был ответить утвердительно. А в конце передачи еще и признать себя лукавым человеком», и улизнуть в вдогонку: «У вас ботиночки скрипят, как у Епиходова сапоги».

Свои эмоции Караулов подкрепил большим числом фактов. Спрашивал о том, что хорошо знал, в чем сам принимал участие. Собеседник под давлением аргументов и «силовой» манеры расспросов, характерных для журналиста, «рассыпался». К сожалению, во многих других выпусках «Момента истины», не имея достаточного количества фактов или только догадываясь о том, что они могут быть, как следователь сталинско-бериевской поры, пытается сразу же оглушить собеседника подозрительным тоном, откровенной грубостью, намеками на имеющиеся показания (типа «про вас говорят, что...») и заставить его расколоться».

Вот некоторые карауловские перлы разных лет. «Скажите, вы честный человек?» (в разговоре с В. Шумейко, 26.10.92); «Вы не чувствуете себя самозванцем?» (там же); «В газетах пишут, что вы вор. Правда ли это?» (с А. Тарасовым, 20.12.92); «Вы хитрый человек?» (с Р. Хасбулатовым, 27.05.92); «почему вас стали меньше любить?» (с Г. Поповым, 24.05.92); «Вы — агент КГБ?» (с митрополитом Питиримом, 7.04.92); «Скажите честно...» (с ним же); «Что вы мне лапшу на уши вешаете?» (с Н. Травкиным, 1.03.93); «Как вы дошли до жизни такой?» (с И. Константиновым, 31.05.93); «Что должно произойти, чтобы вы изменились до дна?» (там же); «Вы часто плакали за последний год? Нет? Значит, вы жестокий человек» (с С. Филатовым, 1.11.93); «Вы ненавидите Черномырдина?» (с М. Полтораниным, 24.01.94); «У вас имидж профессионального палача. Отчего это?» (с А. Лебедем, 16.05.94); И, наконец, подлинный шедевр «карауловщины», который звучит, как пародия: «Скажите честно, вам можно верить?» (с Г. Явлинским, 26.07.93).

Меня удивляет, почему никто из собеседников Караулова ни разу не отреагировал на его хамство. Не ответил на грубость грубостью. Не дал в кадре пощечину. Не прекратил беседу. Не наложил на нее «вето» перед выходом в эфир. В поисках ответа на эти вопросы прихожу все к той же, весьма неоригинальной разгадке. Людей привлекает возможность лишний раз появиться на телеэкране, к тому же в популярной телепередаче. А еще переоценка своих полемических возможностей: зная Караулова и его методы ведения разговора, многие считают, что уж они-то смогут переиграть его, победить логикой, фактами, верой в свою непогрешимость.

Иногда же принять приглашение на телебеседу заставляют обстоятельства. Скажем, у С. Станкевича, в ту пору советника Президента, дела пошли хуже: его попытки найти компромиссы между крайними политическими направлениями, мягко говоря, не вызвали симпатии у демократической общественности. Ему захотелось с помощью ТВ убедить людей в плодотворности своей позиции, и он, конечно, не предполагал, что попадает под жесточайший пресс, необычный даже для Караулова.

Тот сразу же стал сыпать соль на раны: «Вас в газетах называют Молчалиным. А ведь раньше вам больше подходила роль Чацкого...» После такой прелюдии начали работать и совсем уж рядовые аргументы. Вроде партийного прошлого Станкевича: оно у него, кстати, было весьма коротким и не обозначенным каким-либо карьеризмом. Или его статьи 1990 года (беседа состоялась 1.02.93) в «Огоньке», где он, в ту пору первый заместитель председателя Моссовета, обещал сделать в столице чудо-дороги. И тут же вопрос на эту тему: «Не хотелось ли вам после этой неудачи навсегда уйти из политики?»

У Станкевича от всех этих вопросов стали ходить под щеками желваки (зрители видели его на крупных планах), но он, человек очень выдержанный, перенес испытание. Мог ли он предполагать, что это только цветочки?! Затем началась настоящая пытка. Караулов начал выяснять, почему это советник Президента не покинул по призыву Б. Ельцина заседание Съезда народных депутатов. Тот что-то промямлил насчет необходимости остаться, чтобы проследить за дальнейшим ходом событий. Но тут уже ясно стало, что вопрос Караулова окончательно подсек политическое реноме собеседника. После этого вопросы типа: «При каких условиях вы могли бы предать Б. Ельцина?», «Вы — конформист?» — звучали панихидным звоном.

Во время этой передачи я задумался: почему Караулов проявил непривычную даже для себя свирепость по отношению к человеку, который всегда пользовался репутацией стойкого демократа? Так обычно он расправлялся с теми, кого считал своими политическими противниками (скажем, с И. Константиновым или А. Руцким). Конечно, для тележурналиста подобное обнажение своих политических взглядов не допустимо: оно у зрителей вызывает законное сомнение в объективности происходящего. Караулов, надо сказать, в продолжение надругательств над законами политической журналистики очень часто открыто декламирует свое отношение к приглашенному. Причем делает это не в системе задаваемых вопросов, а напрямую. Не откладывая в долгий ящик, в первой же фразе так и говорит: «Я вас очень люблю». Так было во встречах с Г. Каспаровым (14.06.93) и Е. Гайдаром (27.12.93).

Так вот, к Станкевичу его отношение объяснялось, мне кажется, тем, что тот пытался обозначить некую объективную оценку усилий газеты «День» в определении принципов российской державности. Караулов допытывался у своего визави, чем, скажем, «Известия» уступают в этом отношении «Дню». Тот с упорством педанта настаивал, что именно «День» наиболее полно освещает эти проблемы.

Еще в двух передачах Караулов касается больной для него проблемы — газеты «День». В одном случае (в единственном выпуске «Момент истины», где его собеседниками выступают сразу два человека — его друзья журналисты из «Столицы»: главный редактор А. Мальгин и обозреватель А. Тимофеевский, 31.08.92) автор корит их за то, что они не клеймят «День», а спорят вместо этого с Е. Евтушенко. В другом, в разговоре с членом редколлегии этой газеты И. Константиновым, цитирует статью «Караул, карауловщина!», опубликованную там, и, понятно, резко полемизирует с нею.

Слушая, как Караулов читает строки из «Дня», я поймал себя на мысли: а ведь ему доставляют удовольствие даже поношения, в коих он представлен важной политической птицей! Тщеславие, которое раньше воплощалось в актерско-театральном и массово-телевизионном облике, тут обрело еще и политический оттенок. В превосходном психодиагностическом анализе одного «Момента истины», опубликованном «Журналистом» в сентябре 1992 года (он касался дуэли Караулова с А. Невзоровым), справедливо сказано: «Караулов не только не любит Невзорова, он ему еще и завидует. Это заметно хотя бы в эпизоде, где он пытается оспорить у Невзорова несколько странную, для себя, во всяком случае, честь — степень близости к скомпрометировавшему себя в дни путча Анатолию Лукьянову. И здесь выигрывает Невзоров: выясняется, что он говорил с опальным лидером союзного парламента «буквально за десять минут до ареста», в то время как Караулов всего лишь «за ночь».

Караулов, как истинный парвеню, тешит себя мыслью о своем всесилии. То он становится на место Президента и говорит в беседе с А. Макаровым: «Я бы предложил тебе пост министра юстиции». То

демонстрирует свою особую близость к правительству: «Вас ненавидят в правительстве. Про вас сказал один человек, что вы смесь Азефа, Зубатова, Малиновского и Гапона» (из беседы с Г. Явлинским). То обозначает близость к августейшим особам (рассказ о свидании в Париже с Великим Князем, престолонаследником Российского престола Владимиром Кирилловичем, и вопросах, заданных ему, — беседа с редактором «Московского комсомольца» П. Гусевым). И таких примеров не счесть...

Тут невольно возникает перед нами образ эдакого современного Хлестакова, который берет своих собеседников «на фуку», давит на них «понтом», очень часто блефует там, где надо бы выложить карты на стол даже при том, что, как я уже говорил, на него работают люди, подбирающие ему документы и факты, Караулов и сегодня позволяет себе элементарные промахи в аргументах и фактах. Например, строго спрашивает главу «Гермеса» В. Неверова (18.10.93): «А почему вы не помогаете искусству?» — и попадает впросак, получив конкретный ответ, что фирма постоянно выплачивает стипендии ряду студентов ВГИКа. В другом случае, будучи театроведом по образованию, путается в названии Театра Российской армии (беседа с Т. Хренниковым, 6.09.93). Я уже не говорю о более серьезных «проколах», когда караулов демонстрирует полную некомпетентность в вопросах экономики (беседы с Е. Гайдаром, Г. Явлинским, А. Нечаевым, А. Тарасовым) или в сложных вопросах нынешней политической жизни (встречи с И. Константиновым, М. Полтораниным, С. Шахраем).

И здесь журналиста не спасает даже нехитрое приспособление: всякий раз оказываясь в конфузе, он как бы незаметно перескакивает на другую тему. Именно «как бы», потому что прием этот от внимательного зрителя не скрыть. Особенно если собеседник, как и Караулов, тоже за словом в карман не лезет.

Наглядный пример — поединок Караулова с Г. Хазановым (2.05.94 г.). Явно не найдя ключей к «внутреннему миру» эстрадной знаменитости, но в то же время разыгрывая близкие с ним отношения, журналист начал с умным видом задавать вопросы, лишь имитирующие серьезную тему. К примеру: а вот согласился бы

Хазанов выступать перед... антисемитом Сталиным? А вот, вот если бы Хазанов обладал голосом Л. Зыкиной, согласился бы он спеть перед Брежневым... «Малую землю»? Караулов эдак метался-метался, пока наконец Хазанов, не выдержав всех этих «а если бы», грубо, совсем в духе своего собеседника, брякнул ему: «Ты — дурак...» И обычно боевитый Андрей Викторович «проглотил» этот выпад. Одним словом, молодец против овец, а против молодца — сам овца...

Так вот, об утратах, которые случились при переходе Караулова из газеты на ТВ. В «НГ» он имел дело с людьми, уже осужденными если не судом, то общественным мнением. И грубая, без обиняков форма общения с ними была как-то уместна (тем более что газетная полоса по определению не в силах передать интонацию и мимику интервьюера). И не только уместна, но по-своему даже трогательна: вместо того чтобы, как другие, не верить ни одному слову изгоев, журналист готов поверить им... ну хотя бы через слово.

Когда же этот «следственный» прием перекочевал в разговоры с представителями нынешнего властного истеблишмента, возникает недоумение: то ли это беспримерное хамство, которое необходимо пресекать, то ли вполне адекватная форма обращения с сильными мира сего? При всей парадоксальности такой постановки вопроса иногда мне кажется, что нынешняя насквозь коррумпированная власть другого обращения с собой не поймет. Зрители же, сдается мне, и вовсе воспринимают такую манеру обращения с сановными гостями как своего рода воздаяние им. А сам Караулов становится в том же зрительском восприятии чуть ли не героем «идеологического фронта».

Конечно, грубость и бесцеремонность — не средства журналистики в цивилизованной стране. Тех же целей — скажем, показать зрителям неприглядные качества того или иного человека, выразить отношение к нему — можно достичь, оставаясь в строгих рамках корректности и лояльности, умелым построением беседы. Приведу в пример недавний «Момент истины» с Э. Шеварнадзе. Караулов был прекрасно подготовлен к встрече: его давние и прочные связи с Грузией позволяют ему даже поправлять собеседника, когда тот ошибался в цифрах и фактах, касающихся его родины. Но, главное, журналист очень точно выстроил разговор по драматургии. Он неожиданно начал с того, что заявил о вине... России в том, что произошло в грузино-абхазских отношениях.

Расчет тут был безошибочным и в политическом, и в психологическом отношениях. Шеварнадзе в нынешних условиях, понятно, не мог принять формулы Караулова о «вине»: еще недавно он тоже говорил о злой воле северного соседа, но в последнее время изменил свою позицию. С другой стороны, покаяние журналиста от лица россиян побудило к тому же и политика. Так что рассказ Э. Шеварнадзе о его просчетах получился и неунизительным для лидера, и глубоко драматическим.

Не стану пересказывать передачу, она, полагаю, еще у всех на памяти. Главное, что в ней явственно обозначилось: оказывается, у Караулова всегда был и сегодня есть другой путь для раскрытия собеседника — без лобовых атак и прокурорских допросов. И, чтобы пойти по нему, надо всего-навсего очень много знать о своем герое и тех проблемах, которыми он живет.

Журналист. №11. 1994.

Игорь Бродский

ЧИСТО ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ ЖАНР

С возникновением телевидения начались дебаты о «формуле телеобраза»: что считать основным в его структуре — слово или изображение? Мнения по этому поводу исследователей и практиков ока-

зались диаметрально противоположными.

«На телевидении изображение во всех случаях, — указывал еще в 60-е годы В. Саппак, — превалирует над звуковым сопровождением, впечатления зрительные —

над впечатлениями слуховыми. Да, мы в основном смотрим, лишь во вторую очередь слушаем телевизионный экран».⁴ И далее автор подчеркивал, что изменить это соотношение не властны ни телезрители, ни работники студий. Дескать закономерность эта объективна.

Иного мнения придерживались М. и И. Андрониковы. «Основой телеискусства, — отмечали они, — принято считать зрительный ряд. Мы предлагаем внести существенный корректив: основа телевизионного искусства, «его рычаг», «его поворотный круг» — «обращенное к зрителю слово».⁵ И добавляли, что телевидению нужно подобие беседы. «Это должно стать законом, если телевидение хочет научиться говорить с телезрителем, советовать ему, рассказывать».⁶

Такие живые и интимные беседы со зрителями (быть может — не пугайтесь — «на свободную тему») и слушались бы с взволнованным вниманием и действительно собирали бы у телевизора гигантскую аудиторию».⁷

Практика прошедших десятилетий подтвердила верность утверждений М. и И. Андрониковых, точность предвидений В. Саппака о роли и назначении в будущем живых и интимных бесед со зрителями на «свободную тему». Именно это же подтвердили многие авторские телепрограммы, появившиеся в разные годы на наших телеэкранах.

Вспомните «Открытые новости» Эдуарда Сагалаева и Светланы Сорокиной, «Тему» Владислава Листьева, «Мы» и «Человек в маске» Владимира Познера, «Я сама» Юлии Меньшовой, «Один на один» Александра Любимова». У каждого из этих журналистов свой стиль, свой подход к собеседнику, своя собственная концепция и логика построения передачи.

У каждого свой имидж — образ. Серьезный, думающий Э. Сагалаев, всегда разная, умеющая войти в доверие телезрителям С. Сорокина, настоящий «тамада», всегда с улыбкой и юмором, умеющий держать аудиторию В. Листьев, скромный, с мгновенной реакцией на неожиданный ответ собеседника Владимир Познер... Разные характеры, разный стиль, разные концепции передачи, а жанр — один. Разговорные передачи. Или, как их называют в США, на Западе, — «ток-шоу».

Та что же это за жанр — «ток-шоу»? Чем он привлекает к себе телезрителей и в меньшей степени — многие телекомпании?

«Ток» — по-английски — «разговор», «беседа», «дискуссия». «Шоу» — «показ», «зрелище», спектакль». По-русски правильнее всего было бы определить жанр, как «разговорные передачи». Конечно, подобное определение звучит не так интригующе и романтично, как «ток-шоу». Но (если уж это так необходимо) давайте все вместе, исследователи и практики поищем свое родное, национальное определение жанру, вместе найдем русский синоним английского «ток-шоу», позаботимся о том, чтобы он был не менее привлекательным.

Хотя вполне можно, на наш взгляд, ограничиться и термином «разговорные передачи». Ведь сегодня, когда на телевидении постоянно возрастает роль персонификации и журналистского имиджа-образа, — мы садимся к телевизору смотреть не жанр, а авторскую программу своих кумиров — В. Познера, А. Любимова, Ю. Меньшову...

Телезрителей «ток-шоу» привлекает не определением жанра, а развитием «искусства беседы», активизацией их гражданской позиции. Именно на это обратил внимание исследователей и практиков один из крупнейших американских кинорежиссеров — Орсон Уэллс. При этом он указал на удивительную «телегеничность» жанра. Он назвал «разговорные передачи» наиболее естественным и «законным», единственным «чисто телевизионным», не заимствованным из смежных сфер жанром.

Важно заметить и то, что в наше нелегкое время экономической разрухи, финансовых трудностей, переживаемых телекомпаниями, «разговорные передачи» — один из самых рентабельных жанров. Их организация не требует особой технической оснастки, дорогостоящих декораций и аренды залов, большой предварительной подготовки. Эти передачи наиболее дешевы и под силу любой, даже самой скромной телерадиокомпании.

Не случайно, что в условиях жесточайшей конкуренции западных и американских телекомпаний в борьбе за зрителя, пальма первенства принадлежит именно «разговорным передачам». С одной

стороны они дешевы, с другой — зрители ценят в них развлекательный антураж, отсутствие прямых поучений, возможность получить для себя необходимую и полезную информацию.

Какой же вывод можно сделать из всего сказанного? Прежде всего — за «разговорными передачами» большое будущее телевидения. Авторские программы, построенные на принципах этого жанра, будут все чаще и в большем объеме появляться на наших телеэкранах. Как свидетельствует отечественный опыт и опыт западных телекомпаний, многие такие программы станут ежедневными.

Сегодня одна из важных задач — глубоко и обстоятельно проанализировать огромный, как отечественный, так и зарубежный опыт подготовки и проведения «разговорных передач». Авторы и ведущие этих программ настолько разнолики, настолько непохожи друг на друга, что изучать и обобщать их опыт следует поодиночке. При этом важно обратить внимание на изучение стиля, концепции, манеры ведения, особенностей каждого автора, его журналистского и экранного образа. Изучать, анализировать, обобщать, но не копировать. Ибо самая лучшая копия во сто крат будет хуже самого прекрасного оригинала.

Виктория Эль-Муалля

КАК ДЕЛАТЬ «ТЕМУ»: ЭТЮДЫ И НАБЛЮДЕНИЯ

Канула в Лету листвева «Тема»? Да нет же. Канул лишь Листьев, и не в Лету, а во вполне определенный, выбранный им «Час». А «Тема» по-прежнему (может, чуточку иначе) знакомит нас с новыми проблемами и людьми.

Схема жанра ток-шоу довольно проста и беспроектна: герои, зрители, ведущий, вопросы и ответы. Однако чтобы программа получилась, нужно кое-что еще. Я говорю это с полным основанием, как бывший редактор все-таки бывшей передачи. Вот почему в моих заметках-наблюдениях присутствует Владислав Николаевич. Но, уверяю вас, рецепт годится для любых других ведущих.

ЮМОР — ЗАЛОГ УСПЕХА

Каким должен быть герой телевизионного ток-шоу? Лично я пришла к выводу, что главное — это чувство юмора. Если, к примеру, незнакомый голос в телефонной трубке веселым басом говорит: «Я вам не подойду, я толстый, как Рязанов», — то можно почти не сомневаться: этот — то, что надо. Герой должен уметь смеяться, и, кстати сказать, поскольку речь обязательно пойдет о нем, — уметь смеяться над собой. Юмор помогает всегда. Он — залог успеха. Программы удаются тогда, когда в них есть смешное, даже если темы очень серьезные.

Самое простое, чего можно добиться с помощью смешного, — это чтобы не было скучно. Смех (юмор) в своей самой простой и естественной цели — победить скуку — становится важным журналистским приемом. Если не скучно, значит, программу смотрят и, значит, можно донести до зрителя и что-то серьезное.

Мы любим, когда на наших программах шутят. Шутят по-разному. Я позволю себе привести несколько примеров.

В программе «Как мы говорим», видимо, очень ученая и образованная женщина спрашивает героя, на каком языке он обычно говорит: на разговорном или литературном? «Я, в общем, обычно, конечно, разговорным языком пользуюсь», — отвечает тот. Но, если подпил, то могу и на литературном заговорить неожиданно»

Программа «Эмансипация». Ведущий обращается к двум эмансипированным героиням:

— Вы сумели нас убедить, что вы свободные женщины, а есть ли у вас комплексы?

— Мне очень часто кажется сначала, что мужчина, который рядом со мной, слишком хорош для меня и что я его не стою — почти всегда с этого начинается, а потом — наоборот.

— А у меня как раз все наоборот, — отвечает вторая героиня.

Программа «Пьянство». Возмущенный зритель предъявляет претензии героине — директору винодельческого завода по поводу отсутствия спиртных напитков в магазине (это было два года назад):

— Вот милая дама советует пить вино и наслаждаться. Какое может быть наслаждение, если я иду утром в магазин, и там одно наименование!

— Прежде всего утром никто не пьет. Утром пьют только дегустаторы...

Вообще тема «Пьянство» была вся смешная. Мы сознательно искали очень веселого героя, чтобы сломать медицинский подход к этой проблеме. Мы стремились повернуть ее по-новому. У нового всегда есть много противников. И в этот раз возмущенных зрителей оказалось предостаточно. Но все они досмотрели программу до конца. А значит мы победили.

Припоминается мысль Феллини: на телевидении надо помнить, что не публика к тебе приходит, а ты приходишь к публике, вторгаешься к зрителю домой, вторгаешься, может быть, в тот момент, когда он что-нибудь жует, и ты должен развлечь его, позабавить, иначе рискуешь его потерять. «Кто хозяин телевизора, тот хозяин телевидения».

И еще одно оправдание нашего подхода. Мы живем в очень смешной стране и, можно сказать, избалованы юмором: от недавних абсурдных лозунгов до теперешних еще более абсурдных реклам. Если мир — театр, то наш мир — буффонада. Если мы стремимся делать передачу смешной, то просто потому, что пытаемся быть поближе к действительности.

«КЛОУНЫ» И «КЛОУНЕССЫ»

У Маркеса в романе «Сто лет одиночества» есть такие строки: «Умное лицо еще не признак ума. Все глупости на Земле делаются именно с таким выражением лица», И мы не ищем такое лицо, мы стараемся отыскать клоуна. Да, да. Именно клоуна. Пусть простят меня те, кто невольно попал в эту категорию. На нашем профессиональном жаргоне один из героев «Темы» так и называется: «клоун» или «клоунесса». Для нас нет в этом слове негативного оттенка. Просто есть люди, в жизни исполняющие роль клоунов. Это их натура. И она нам очень подходит.

Чем они хороши? Во-первых, они всегда неожиданны. А главное — способству-

ют созданию веселой обстановки, в которой и думается лучше, и говорить легче. Они чаще полные, чем худые; чаще большие, чем маленькие; говорят скорее громко, чем тихо. Конечно, это не норма и не главное. Главное в том, что они говорят.

Обычно героев двое. Второй, как правило, вовсе не «клоун». И если на «клоуне» лежит большая эмоциональная нагрузка, то на втором герое — смысловая. Они дополняют друг друга.

«Клоунессой» на «Пьянстве» была уже упомянутая мной Галина Плешкова, директор завода виноградных и десертных вин, румяная женщина с яркой косметикой.

— Вы представляете, что такое херес! — говорит она. — Каждый уважающий себя мужчина, который целый день сидит в кресле, обязан выпить на ночь стакан хересу.

— Да почему обязан-то? — спрашивает ведущий.

— А я вам скажу. Чтоб у вас не болела предстательная железа.

— А заняться спортом, в теннис поиграть, поплавать?

— А у нас площадок на всех не хватит.

— А хереса хватит на всех?! — вопит ведущий.

— Мы будем стараться, — кокетливо отвечает героиня...

Из той же программы.

Плешкова. Что значит пить вино? Если пьешь хорошее вино — это микроэлементы, это энергия солнца. Все доброе, все хорошее, что делается человеком, закладывается в это вино, и ты его употребляешь. Не надо пить крепкие напитки. Пейте сухое вино.

Листьев. А водка, коньяк?

Плешкова. Ну, коньяк, во первых вам не по карману...

Зал хохочет. Кому бы могло прийти в голову, что нашему с иголки одетому ведущему коньяк не по карману!

Клоунесса «Эмансипации» отличается своей внушительной комплекцией. У нее мужской голос. Она сидит на кресле, как на троне, и обмахивается веером. Лидия Иванова. Та самая, что теперь стала ведущей «Темы». Тогда она была лишь участницей передачи.

— Я сама женщина-охотница, — говорит она. — То есть я сама выбираю свою

жертву. Я ничего плохого не делаю этой жертве, просто я использую метод «включенного наблюдения». Вы включаете все свое внимание на вашу будущую или настоящую жертву. Внимательно слушаете, вслушиваетесь, входите в диапазон ее интересов и восхищаетесь: «Что вы говорите! Это так интересно! Потрясающе! Слушайте, какой вы гениальный!» Это такая игра, которая срабатывает замечательно.

В передаче «Эмансипация» героиня-клоунесса дает женщинам советы: не бороться за свои права, а как завоевать мужчину. Ну разве это не цирк? И разве это не замечательно? В конце программы Иванова с веером пускается в пляс. Просто так. Потому что ей хочется доиграть свою роль. К ней присоединяются зрители. Она сумела их завести.

Что есть наша жизнь? Смена и сплетение двух процессов: постепенности и взрыва. И это во всем: в истории, науке, культуре, социуме.

Постепенность. Например, постепенное развитие техники, языка, изменение быта, форм производства и так далее. Постепенность близка к предсказуемости.

Взрыв. То, что нарушает постепенность на какой-то момент. Великие научные идеи — все они сродни взрыву. Это новаторские всплески, которые ближе к непредсказуемости.

Эти процессы взаимно обуславливают друг друга. Каждый из них необходим. Одни (взрывные) обеспечивают новаторство, другие (постепенные) — преемственность.

Если перенести эту схему в сферу человеческого поведения, то постепенным будет типовое поведение, а взрывное — то, которое расходится с типом, то есть с нормой. Вообще-то отступление от нормы (если иметь в виду здоровых людей) бывает двух видов. Дурак — это тот, кто ниже нормы. И безумец — его поведение тоже отступление от нормы. Он непредсказуем. Он может быть гением или просто оригиналом, Бог его разберет. Он выше нормы. Ему позволено больше, чем другим. На него и машут рукой, и в то же время пристально и восхищенно за ним наблюдают.

Наш герой-«клоун» относится к этой категории людей. Он обеспечивает «взрыв». Однако как взрыв не может су-

ществовать без постепенности, так и наша программа не имела бы смысла без второго героя.

УДАЧИ И ПРОСЧЕТЫ

Второго героя подобрать несколько сложнее. Он должен дополнять клоуна. Клоун в чистом виде не несет информацию, или, скорее, он несет информацию через свой образ. Следовательно, второй герой призван выполнять журналистскую функцию предоставления фактов, доводов и рассуждений. Он должен быть специалистом в проблеме, которой посвящена передача.

Но специалист специалисту рознь. Цифры, термины, статистика — все это с экрана трудно воспринимается. Словом, найти второго героя — дело очень сложное и тонкое.

В «Эмансипации» на роль второй героини мы пригласили социолога Ларису Лисюткину, умную и образованную женщину, хорошо знакомую с проблемами эмансипации. Ее слушали с интересом. Не будучи феминисткой, она сумела объективно раскрыть тему. Но важно тут было и другое. Ее позиция не вызывала отторжения ни у публики, ни у Влада Листьева. Наш ведущий не любит феминисток, и мы не могли это не учитывать. Бывало, когда герой Владу не нравился, он становился агрессивным, и передача портилась. Лариса же — само обаяние, с ней просто неловко вести себя некорректно.

Если клоун для программы не найден — не страшно: есть другой сценарий, другая модель собеседования — оппонирование. В передаче «Как мы говорим» героями-оппонентами стали Саша Лаэртский, автор и исполнитель песен с нецензурными словами, и писатель Марк Кабаков — ярый противник мата. В Сашиной позиции — целая философия, в основе которой лежит убеждение, что мат — это часть русского языка, что мат вообще характерен для нашего времени. «Ну как я могу сказать в своих песнях по-другому, если я, скажем, говорю от имени урки. Он ведь не общается так, как мы с вами. У него свой определенный язык. Если он герой моей песни, как же я могу изменить его речь! Это будет неправильно», — объяснял нам Саша до записи. Кроме того, он считает, что нецензурная лексика обладает колоссальной

выразительностью: сказал одно слово — больше ничего не надо, ясность полная.

Его оппонент, человек пожилой, участник войны, в прошлом капитан морского флота, повидавший и слышавший разное, убежден, что мат — чудовищное явление, обезображивающее нашу жизнь. Печатное слово в России, по его мнению, священо, и если сегодня нецензурица появилась на страницах газет, журналов и книг — значит, мы действительно летим в пропасть.

Оба героя по-своему правы, их позиции понятны зрителям. Конечно, ключевая фигура в этой полемике — Саша. Он — редкое сочетание ума, юмора, обаяния и самое главное — олицетворение нашей темы. Саша говорит так, как сегодня говорит новое поколение. Он его достойный представитель. В его речи проскакивают жаргон и варваризмы, при этом он отлично владеет и литературной речью. Саша не «клон» по сути, но, что точно, и не норма. Он высказал много парадоксальных мыслей, а их, согласитесь, интересно слушать.

Что еще нужно учитывать при подборе героев? Покажу на конкретных примерах. В передаче «Женщины и армия» героинями были Алевтина Дерябина, жена военнослужащего, работающая в отделе помощи семьям военнослужащих Московского военного округа, и Любовь Яковлева, участница афганской войны. Обе выступали против того, чтобы женщины служили в армии. Приглашая Яковлеву, мы рассчитывали, что женщина, побывавшая на войне, будет воспринята зрителями с интересом и симпатией. Но обернулось иначе. Видимо, нельзя сажать в кресло героя «Темы» человека, слишком много пережившего. В общении с нами она была совершенно другой. А в зале — много женщин оппонирующих нашим героиням. Никто из них не был на войне, но все они страстно доказывали, что женщинам есть место в армии. Алевтина Дерябина, будучи побойчее, выдержала атаку. Любовь Яковлева к середине записи перестала участвовать в дискуссии. Если и говорила, то одно и то же: как ужасна война. Воспоминания о трагических событиях явно мешали ей, она не могла с ними справиться. Зрители очень быстро потеряли к ней интерес.

Само собой разумеется, что не следует приглашать на ток-шоу флегматиков и меланхоликов. Но бывают ситуации, когда

даже весьма темпераментные становятся перед телекамерой флегматиками и меланхоликами. Мы заметили, что чаще всего такой метаморфозе подвержены люди с какой-нибудь очень «дисциплинированной» профессией. Они научились гасить свои эмоции на службе, автоматически то же самое с ними происходит в студии. Дважды на наших программах в подобную ситуацию попадали сотрудники милиции.

Наденька. Героиня передачи «Бальзаковский возраст». Яркий пример антигероини. Она как раз и была сотрудницей милиции. На все вопросы отвечала сдержанно: да и нет. Бедный Влад не знал, как ее разговаривать, в итоге все сказал за нее сам. «Какую роль играет мужчина в жизни женщины?» — спрашивал Влад. «Ведущую», — отвечала Наденька. И все. И больше ни слова. Самое ужасное, что она была одна, второго основного участника передачи не было. Это стало для нас хорошим уроком — с тех пор мы обязательно для подстраховки приглашаем второго героя.

Зато уж кто наверняка не подведет ведущего ток-шоу — это мошенники. Они наверняка умеют «уговорить» любого собеседника. В передаче «Как нас обманывают» герой-мошенник дал сто очков своему «напарнику» — начальнику отдела по борьбе с мошенничеством ГУВД города Москвы.

Я СНИМАЮ АНКЕТУ

«А сейчас давайте посмотрим анкету, снятую на улицах Москвы», — говорит ведущий. Анкета — обязательный элемент программы «Тема». Нет, это не социологический опрос. Мы не занимаемся подсчетом голосов. И вряд ли можно на нас ссылаться в научной работе.

Основное требование к анкете, которую я снимаю, — чтобы она была смешной. Я не фальсифицирую действительность, просто ищу яркие, эмоциональные ответы. Уже есть опыт, знаю, от кого могу их получить. Меня привлекают люди в смешных шапках — одежда говорит о многом. Не только одежда, вообще внешний вид. Громоздкие очки, внушительные усы, трогательные синие платочки — будьте уверены, к вам я подойду. У меня наметанный взгляд, и я вас вычислю, вашу, естественную для вас и необходимую для меня, реакцию.

Я делю вас на типажи. Старушки с добрыми глазами, из тех, кто говорит: «Ой, мои родненькие, мои касатики». Да я вас ни с кем не спутаю! Или презрительно-смущенный юнец, сам для себя неожиданно выдающий наипричудливейший оборот речи. А есть еще молодец-шутник. Попадает озлобленный: «Да я б вас всех!» А рядом с ним — вежливый, с широкой улыбкой: «Благодарю за внимание». Интеллигент с тонкими чертами лица и снисходительностью (он не любит телевидение). И деловой: «Что поделаешь, нужно крутиться». Ни один опрос не обойдется без озабоченной женщины: «А вот детского питания нету!...» (Ее, правда, в монтаже обычно вырезают.) И без активного «политика»: «Эти прохвосты всю страну развалили».

Самое удачное место съемок анкеты — вокзал. Пожалуй, и рынок тоже подошел бы, однако уж больно там шарахаются от камеры. А вокзал — тут и суета, и ожидание, динамика и скука, торговцы пирожками, бродяги, носильщики, мошенники и честные граждане... И все охотно отвечают на вопросы (мало того, что до Москвы добрались, так еще и по телевизору покажут).

В анкету нельзя вместить длинный монолог. Нужны короткие, выразительные реплики. И, конечно, очень важно найти правильную формулировку вопроса.

В программе «Пьянство» вопрос анкеты звучал так: «Почему люди пьют?» Вот что из этого получилось.

— Потому что много стали зарабатывать. — Это порождение капитализма, того, который сейчас нам эти прохвосты — Ельцин и Горбачев — ввели.

— Потому что так веселее, так легче.
— Потому что глупые!

— Все дело в том, что жизнь очень осложнилась!

— Пока Россия пьет, она непобедима.

— Ну это ж хорошо. Это для души!

— Ну, резко бросать нельзя. Я резко бросил. Все: захотел — бросил! А меня

через два дня кондрат долбанул. А как сейчас бросишь пить? Вот и сейчас опять в аптеку пойду, боярышник возьму, жажну, и будет глухо.

Последний мой собеседник говорит несколько дольше, чем другие, и в принципе это отступление от нашего правила, но его речь настолько сочная, что не сбивает с общего ритма. Кроме того, он завершает анкету, а последние слова должны быть либо самыми выразительными (как в данном случае), либо нести особую смысловую нагрузку.

В программе «Эмансипация» анкета была проведена среди мужчин. Вопрос изначально предполагал смешные ответы: «Какое дело нельзя доверить женщине?»

— Я такие дела не знаю.

— Женщина должна рожать. Рожать, готовить, убирать, стирать. И хватит.

— Если бы у нас нашлась женщина, как Маргарет Тэтчер, мы бы жили!

— Инициативу ей нельзя доверить. И деньги.

— Нельзя ни одного дела доверить женщине.

Да, да, милые женщины. Ничего вам не доверяют. Только почему вы так много на себе тащите? Конечно, эта анкета смонтирована тенденциозно, мы вырезали сознательных мужчин, которые доверяют женщинам. Делается это для того, чтобы завести публику. Часто анкету показывают в самом начале беседы, что и подстегивает героев и аудиторию к дискуссии.

О чем говорят люди с удовольствием? О себе. Очень важно, чтобы в вопросе анкеты звучало обращение к каждому индивидуально. Чтобы вопрос был таким, в котором каждый считал бы себя специалистом. В «Эмансипации» и «Пьянстве» с этим не было проблем: люди охотно говорят о спиртном и об отношениях между мужчиной и женщиной. В этом — каждый профессионал.

Журналист №3. 1995.

АПОЛОГИЯ ТОК-ШОУ

Реплика:

Сегодняшние масс-медиа — сплошной терминологический каскад.

Никто, конечно, не примет «Час пик» за музыкальное обозрение, а «Акул пера» за рубрику новостей. Но зато их, не задумавшись, назовут ток-шоу (в компании с «Героем дня», «Ничего, кроме» и «Темной» для»). Так поступают и социологи в своих рейтингах, для которых ток-шоу — просто «разговорная передача», и тележурналисты, воспринимающие этот титул, как звездочку на погонах или благородную приставку «фон».

«Сейчас трудно сказать, кто первый превратил обычную беседу в театральное представление», — такими словами начался недавно выпуск «Телескопа», целиком посвященного жанру. Но так ли уж трудно? Довольно странное заявление в передаче, где о тайнах телевидения и его истории, казалось бы, знают все.

В 1967 году в Детройте публику, пришедшую на эстрадное телепредставление, которое сорвалось, пригласили понаблюдать в телестудии, как Фил Донахью берет свои интервью. Зрители смеялись, аплодировали, сочувствовали, а во время рекламных пауз сами засыпали гостей вопросами.

Заметив, что их вопросы ничуть не хуже его собственных, а некоторые и ему самому бы в голову не пришли, Донахью покинул кресло ведущего и вышел с микрофоном в зал. «Не бойтесь задавать глупые вопросы. Все равно рекорд принадлежит мне».

Так родилась программа, где обычные люди впервые получили возможность выступить наравне с профессионалами, придавая передаче стиль, отличающий ток-шоу от передач-интервью типа «Герой дня» и «Час пик».

«Таких передач мы еще не видели и не к чему подобному не привыкли», — писали ошеломленные зрители. Эти первые

опыты публичного «понимания через общение» (вместе с «лестницей» на «12 этаже») стали началом «народного» телевидения. Обычный зритель обрел свой голос в экранном действе. В 1991 году по РТР были показаны лучшие выпуски Донахью-шоу с предисловием Познера. А через год стартовала «Тема». Заимствовав общую схему у Фила, Влад Листьев принес свои элементы: интервью на улицах, эффектные фрагменты из кинофильмов, экспертов, сидящих среди публики... Конструкция оказалась настолько самодостаточной, что выдержала и Лидию Иванову, и Дмитрия Менделеева (переизбыток бьющей через край индивидуальности в первом случае и ее эфирное отсутствие во втором).

Ведущий ток-шоу — своего рода тамада. Но не тот, кто подменяет собою весь стол, а тот, в чьем присутствии легко говорят другие. Тут не обойтись без внутреннего азарта и природного чувства юмора, без дара импровизации и даже обаятельной агрессивности, без таланта заводить аудиторию и умения летать. С микрофоном. Хотя бы в пределах студии. Когда у ведущего нет большинства этих качеств, то нет и ток-шоу. Азартному, запальчивому Доренко как раз не хватало умения дирижировать публикой («Характеры»). И неотразимому выдумщику Лысенкову («Сам себе режиссер») не дается общение с залом — на долю зрителей остается лишь смеяться и аплодировать. Интеллектуальным катализатором не дано быть массово-кузатейнику. Именно в этой роли выступал работающий с публикой соведущий программы «Один на один» — неуместный, не попадая пытающийся быть бойким, наряженный в блискучий по-цирковому пиджак.

Московские новости. 22-29.12.1996 г.

ВЛАДИМИР ПОЗНЕР:

«МНЕ НРАВИТСЯ ГОВОРИТЬ С ТЕМИ, КТО ПРЕДСТАВЛЯЕТ БОЛЬШИНСТВО»

Владимиру Познеру 59 лет. Родился во Франции «от французской матери и сына эмигрантов из России». Во время второй мировой войны семья оказалась в США. Отец согласно своим убеждениям в 40-х годах принял советское гражданство, вследствие чего через несколько лет вынужден был оставить престижную и высокооплачиваемую работу. Вернуться во Францию ему не удалось, отцу отказали в визе: «не хватало им еще одного красного». В 1950-м переехали в Советский Союз. Владимир Познер окончил биофак МГУ, однако биологом не стал. Увлекался переводами английской поэзии, был литературным секретарем у Маршака, работал в журналах АПН, радиокомментатором в редакции иновещания. В 1986 году приобрел широкую известность после телемоста Ленинград-Сиэтл. Стал политобозревателем ЦТ, в марте 1991-го подал заявление об уходе. Вскоре принял предложение Фила Донахью работать вместе и уехал в Америку, откуда в юности так стремился в Россию. Приехал в Москву на летние «каникулы».

— Вы провели встречу со зрителями на Московском телеэкране. По-моему, вам пришлось давать элементарные ответы на элементарные вопросы. Может быть, диалог с иной аудиторией сделал бы передачу более интересной?

Я нахожу странным некоторый снобизм журналистов по отношению к тем, для кого они пишут, — к пресловутому народу. У меня в студии были обыкновенные люди, и мне всегда они интересны. Мне легко отвечать, потому что над этими «элементарными», как вы говорите, ответами я очень долго думал. Так называемые простые вопросы на самом деле совсем не простые. Я очень глубоко переживал их, потому что сам искал свой и где-то продолжаю его искать. Смысл всего, что происходит. Вообще смысл того, зачем я здесь. И все это — для чего? Во имя чего эти бесконечные драки, войны, споры?

— Мне кажется, у вас очень развиты пасторские наклонности. Но я всего-навсего имела ввиду аудиторию, которой бы не приходилось объяснять, что частная собственность — это хорошо.

— На мой взгляд сегодня большинство еще не уверено в этом. Особенно, когда частная собственность становится реальностью, и выясняется, что у кого-то есть, а у тебя — нет.

У многих возникает агрессивность по отношению к тем, у кого есть. (Кстати я не убежден, что частная собственность — хорошо, скорее — это неизбежно. Так что я не стремлюсь к элитарной передаче — мне нравится говорить с теми, кто представляет большинство. Хотя, наверное, если бы аудитория оказалась острее, не то, чтобы тоньше, но больше знающей, — было бы интереснее.

— Почему же такие люди к вам не приходят?

— Не знаю. Может быть, им со мной не интересно. Может быть, они ждут, чтобы их пригласили. И вообще — таких людей меньше. Всегда. И, как правило, они пассивны.

— Вам не кажется, что вас иногда раздражают ваши собеседники? Стараясь быть максимально искренним и открытым, вы тем не менее играете с ними в некую игру, и пусть невольно, но порой все же чуть высокомерно.

— Наверное, иногда что-то прорывается. Я знаю, что способен состричь на чей-то счет, и не могу сказать, что этим доволен. Высокомерие? У меня нет ощущения, что я бываю высокомерным. Но если кто-то заметил, значит, есть повод. Обычно меня раздражает, если человек тратит время передачи на пустое. Это я могу оборвать. Однажды помню, я захотел поставить на место одного молодого человека, потому что он в этом нуждался. Он был нагл необыкновенно.

— Вы стали сегодня чуть ли не главным экспертом «по Америке». Что вы скажете на модную у нас точку зрения, что «американцы, конечно, ребята хорошие, но примитивные»?

— Американец менее образован, чем бывший советский гражданин. Там, скажем, никогда не считалось престижным иметь большую библиотеку. У них другие представления о том, что тебя украшает. Дом, машина, богатство (кстати, мы идем к этому семимильными шагами). А знания — нет. Америка как страна антиинтеллектуальна. В этом смысле правда то, что средний американец как бы более узко смотрит на мир, чем средний русский. Но они не глупее, уверяю вас. Просто их ум и энергия направлены в другую область. Хотя я мог бы сказать, что в Америке мне не достаёт возможности общаться на том уровне, на каком я общаюсь здесь.

— *Вы можете теперь сравнивать «изнутри» и два телевидения.*

— Профессиональный уровень нашего телевидения очень низок. На общенациональный канал во всем мире попасть очень трудно, а у нас работают люди, которые просто не знают, как это надо делать. Все нечисто как-то, висят какие-то нитки, не пришиты пуговицы. Если бы плохо работали электрики и случилось короткое замыкание, халтура, таким образом, оказалась бы на виду. А здесь как докажешь? Надо просто сказать: так нельзя делать. А кто-то ответит: а почему нельзя? Можно! И все. Телевидение заразилось общей болезнью — деньги. Главное — сколько можно засунуть рекламы. Продаётся или нет? Остальное побоку. Кто-то из ведущих сказал: если мы не зарабатываем 18 миллионов в день, значит день прошел зря. Этим все сказано. Потом, вероятно появится желание работать более качественно, особенно если возникнет конкуренция. Но ведь ее до сих пор нет.

— *А у вас нет ощущения, что, работая за океаном, вы теряете некий «нерв» происходящего здесь?*

— Есть. Как бы внимательно ты ни

следил за событиями «оттуда», сколько бы ни прочитал газет, есть вещи, которые проходят бесследно и их восстановить невозможно. Это на уровне какого-то «кожного» чувства. Зато, работая в Америке, я приобретаю нечто иное — и как профессионал, и как участник (не зритель) жизни другого общества. Но главное — у меня нет другого выхода. Я не могу работать здесь и играть в те игры, в которые играл когда-то.

— *Я думала, что сейчас в них играет только тот, кто хочет.*

— Кто не играет, тот не работает на этом телевидении.

— *А в Америке у вас нет «хозяина»?*

— Есть. Но там не одно телевидение и не два. И потом, этот хозяин на жизнь сотен миллионов людей, живущих в Америке, по сути не влияет. Это частное лицо. А здесь власть контролирует телевидение. Профессиональный же долг журналиста. На мой взгляд, внимательно следить за властью и оппонировать ей. Иначе — конец света. Но как оппонировать, когда власть сама, повторяю, контролирует телевидение? Не даст она.

— *Вы не рассчитываете, что ваш авторитет защитит вас?*

— Скорее, напротив. Поскольку человека с авторитетом могут и послушать, ему могут и поверить!

— *Значит, вы будете работать в Америке?*

— Пока да. А что вы мне предлагаете?

— *Вы болезненно воспринимаете это «пока»?*

— Да, я хотел бы работать здесь.

— *Почему?*

— Потому, что здесь происходит что-то. Там ничего не происходит. И не скоро произойдет

Московские новости. 22.08.1994 г.

СУДЬБА БЫТЬ В МАСКЕ

Передача «Человек в маске» — одна из самых спорных в отечественном эфире. По крайней мере в моральном отношении. В связи с этим заслуживает внимания позиция тех, кто придумал эту программу.

Алексей Алешковский

ВЗГЛЯД ИЗНУТРИ

Принято говорить, что телевидение — вещь циничная. Принято думать, что телевидение рас- считано на дебилов и соци- ально озабоченных. Принято делать — в широком смысле — мажорное предвыбор- ное телевидение. Чьему вкусу соответству- ет телевидение — его создателей или его потребителей? Спрос или предложение — это, по большому счету, как курица и яйцо.

Мы не знали, нужно ли вместо поп- звезд, космонавтов и, политиков, писателей, банкиров и спортсменов показывать зри- телям тех, с кого они вряд ли захотят де- лать жизнь, — изнасилованную четырнад- цатилетнюю девочку, человека, отсидевше- го четверть века за колючей проволокой, больного СПИДом, женщину с отрезанной грудью, дезертира, алкоголика... При этом никому неизвестных и вдобавок скрываю- щих свое лицо. Тем самым ведь наруша- лась главная заповедь телевидения — пуб- личность. Не знали, но и не сомневались. Слава Богу, решили рискнуть и Кира Про- шутинская с Анатолием Малкиным, и Вла- димир Познер.

Кстати, маска появилась, когда мы с Мери Назари задались вопросом: «Кто же придет рассказывать о себе с открытым лицом»? Так идея телевизионной психо- терапии обрела свое воплощение. При этом формообразующим началом стала наив- ность, потом оказалось, что едва ли не у каждого из наших героев уже был на теле- видении «двойник» с открытым лицом — и больной СПИДом, и гомосексуалист, и трансвестит... Ничего более жареного мы дать не можем. Но наш герой — это чело- век, у которого есть причины скрывать свое лицо. Любые причины. Анатолий Малкин уверяет телекритиков: «Эта програм- ма возвращает чувство стыда» Немаловажно для общества, суть которого была замеча- тельно сформулирована госпожой А.: «Стесняются не Господа Бога, а телека- мер...» Людей, которые хотят говорить в

маске, что-то мучает. Хотя причин на то у них в известном смысле меньше, чем у тех, кто смотрит на этот процесс.

Впрочем, нельзя сказать, чтобы люди рвались на программу. Большую часть героев приходится находить самим. Хотя, скажем, транссексуал, сексот, сутенер ма- лолетних появились сами. Двое последних по понятным причинам были большими конспираторами — выходили на ???но- стороннюю связь, меняли одежду и т.д. Сидит перед тобой один человек и расска- зывает, как пытал и убивал других. Нехо- роших, правда. А руками показывает, как веревочкой вокруг шеи делал. И с ним то же самое сделают. Если поймают. Другой приходит с мальчиком лет тринадцати. Заботит меня, говорит, детская Prostitu- ция. На вокзалах, говорит, детишки черт- те что за копейки делают. А я их забираю, отмываю и передаю богатым дядям. Не- которые с ними даже долго живут. И маль- чик рядом сидит, слушает с интересом, в носу ковыряет. Они с «с работы» пришли — богатых дядь не было, мальчонка по мело- чи двести тысяч насшибал, купил зажи- галку красивую. Играется. «А есть ли у тебя, мальчик, мечта?..» — спрашивает лас- ково Мери. «Да, — по-взрослому отвечает мальчик, — я хочу жить с обеспеченным мужчиной, чтобы он меня одевал и деньги давал».

Может быть, главное и единственное, чему учит передача — это толерантность. Хотя для наследников обозначенной Жва- нецким исторической борьбы невежества с несправедливостью слово это на русский язык не переводится и звучит примерно как дианетика или гербалайф.

Дальше понятия о доме терпимости наши познания в этой области простира- ются редко И тем не менее в процессе за- писи передачи люди в аудитории начина- ют понимать, что сидящий перед ними — такой же, как они.

Мы существуем в информационном пространстве расхожих мнений Питатель- ная среда для появления расхожего

мнения. — страсть к обобщению. Говорят, от капусты у девушек увеличивается грудь, евреи учинили мировое правительство (не иначе, в изгнании), а деньги портят людей... Почти все имеют твердое представление об алкоголиках, больных СПИДом, гомосексуалистах и т.д. Незыблемые устойчиво причинно-следственных связей нарушает способность к коммуникации. Но конкретный человек способен разрушить если не представление, то восприятие «типа». Не зря говорят, что у каждого антисемита есть свой любимый еврей, или что с террористом или насильником надо пытаться разговаривать, чтобы он увидел в жертве — человека, в общем, различил частное в типе — индивидуум.

Это возвращает нас к разговору о телевизионном спросе и предложении. Телевизионную психотерапию привить можно. Как картошку при Екатерине. Побольше жареного и — съедят.

На второй серии с сексотом рейтинг передачи подскочил аж втрое. Цинично не телевидение — циничны его законы. А его законы создают его зрители.

Эстетическое отношение телевидения к действительности весьма пренебрежительно. Но сама действительность весьма относительна — ученые уже поговаривают о том, что материи не существует. Мракобесие материализма скоро будет объяснено не только с теологической, но и с физической точки зрения. А интерактивное телевидение через несколько лет даст возможность посмотреть любой из выпусков «Человека в маске» в любом месте и в любое время. Голубой экран превращается в черный ящик человечества. Все это диктует сверхзадачу: делать его так, чтобы не было мучительно больно и стыдно представлять лица потомков, которые, производя компьютерные раскопки эпохи голоцена, увидят это и услышат: «Оставайтесь с нами!..»

Юрий Богомолов

...СО СТОРОНЫ

Напрашивающийся вопрос, кто более циничен: создатели передачи «Человек в маске» или ее зрители? Можно ответить словами автора опубликовавшего выше эссе: «Это по большому счету как курица и яйцо». Другими словами, как бы не важно, кто первично циничен. Если кому-то

передача покажется излишне безнравственной и аморальной, так это потому, что вам, телезритель, по большому счету этого захотелось, что вы самый изрядный аморалист. Посмотрите на сутенера в маске и подумайте: не глядитесь ли вы в зеркало?

Стало быть, производство «жареных» передач и любовь к ним зрителей — кольцо. Дальше в права вступает логика известной песенки: «...А у кольца начала нет и нет конца...»

Впрочем, так ли уж закольцовано все то, о чем поведал Алексей Алешковский...

Автор рассказывает о самых скандальных выпусках программы — о тех, где фигурирует сутенер, убийца, изнасилованная, сексот... Мне-то как раз запомнился нескандальный выпуск — о молодой женщине, счастливо выкарабкавшейся из трясины наркомании. Ситуация выглядела предельно драматично. И кажется, что вся удача того конкретного выпуска — в голливудском хеппи-энде. В наглядном торжестве на телеэкране Добра над Злом, в победе героини над своим пороком.

Но, во-первых, торжество это не окончательно. Передача кончилась, а жизнь продолжается. У человека, однажды победившего искуса, возникает иллюзия, что он сможет сделать это и во раз, и столько раз, сколько того пожелает. Дело, впрочем, не в этом. Исподволь обнаруживаешь, что суть драмы героини и подобных ей не во внешних обстоятельствах, не в том, что попался муж-наркоман, что так, а не иначе сложились обстоятельства личной жизни. Но в том, что человек делается неинтересным, скучным самому себе. Тогда он садится на иглу. Или заливают горькую.. Или бросается в какой-нибудь другой омут. Нерв передачи, пожалуй, не в драматизме положения героини. Но в драме осознания ею своего драматического положения до мелочей и тонкостей. Человек видит себя со стороны и помнит себя изнутри. Не забыла кошмар падения... Помнит «кайф» освобождения от «кайфа» нирваны и т.д. Помимо фабулы, здесь есть сюжет, содержанием которого стала беспощадная саморефлексия героини.

Что происходит в том выпуске программы, где нам представлен сутенер? Ничего, кроме того, что Владимир Владимирович Познер тактично выясняет подробности ре-

месла, коим его собеседник промышляет себе на жизнь. Что еще? После опять же деликатных вопросов ведущего обнаруживается, что человек этот придумал для себя моральное алиби — без него беспризорные мальчишки занимаются проституцией за гроши, а благодаря ему могут проявить благоприобретенные наклонности в условиях вполне цивилизованных и за приличное вознаграждение. Сутенер чувствует себя профоргом.

А мы, телезрители, не понимаем, на каком свете находимся, почему человек, которому место на скамье подсудимых. Забрался на достаточно высокую общественную трибуну?

Ответить на это ни ведущий, ни эксперты, ни простые участники передачи не могут. Самое ехидное, что услышал сутенер-профорг, так это предложение, последовавшее от Владимира Владимировича, — прийти домой и внимательно посмотреть на себя в зеркало.

Думаю, что это он сделал уже не однажды. И с удовольствием. Понятно, что он себе нравится. А после этой передачи понравиться еще больше. Маска сильно его украсила. Она придала пороку известную многозначительность и даже изрядную толику романтизма.

Авторы убеждены, что, создавая в эфире свой патолого-анатомический театр, занимаются, с одной стороны, «психотера-

пией», а с другой — прививкой населению «толерантности». Во-вторых, они полагают, что работают на будущее, на те поколения людей, которые спустя много займутся «компьютерными раскопками» по Интернету и обнаружат в «черном ящике человечества» их передачу.

Верна ли посылка: «Людей, которые хотят говорить в маске, что-то мучает...»

На самом деле — и это видно по программе — слишком часто людей, которые хотят говорить в маске, нечто радует. Этим «нечто» они жаждут поделиться... Для них маска, и «жареная» передача, и многомиллионная публика — подарок.

ОТ РЕДАКЦИИ: Заказывая статью нашим коллегам и друзьям с АТВ, мы не предполагали, что она выльется в полемику. Но слишком спорно и в то же время интересно изложил свой взгляд Алексей Алешковский, чтобы ему не ответить. Возможно, спор этот, вышедший далеко за профессиональные рамки, не окончен. Нам хотелось бы лишь, чтобы авторы «Человека в маске» расценили ответ на нее не как голос отрицания передачи, а лишь как продолжение ее зрительской аудитории. В конце концов желание поспорить о чем-то на экране в наш век «угадывания букв и мелодий» тоже неплохая оценка предмета обсуждения.

Московские новости. 12–19.01.1997 г.

Юрий Богомолов

«Я САМА» НЕ СВОЯ

Среди многочисленных ток-шоу, идущих в нашем эфире, передача, которую ведет Юлия Меньшова, — одна из самых, что называется «хорошо сделанных». И почему-то одна из самых раздражающих. В последнее время, по крайней мере...

Передача складно организована. Ладно режиссирована. Идет в бодром ритме. Печали нашего нынешнего быта удачно скрашены его комическими подробностями. Ведущая Юлия — приятная молодая женщина. Эксперты программы психолог Оля и феминистка Маша — миловидные интеллигентные дамы. Еще хорошо то, что запоминаются и рядовые участницы программы, а не только ее героини, как это характерно для большинства ток-шоу.

Что же тогда плохо?

Начну с формальных придирок. Вернее, с придирок к форме.

Если посмотреть несколько передач кряду, то наверняка бросится в глаза запрограммированность жестов, реакций, интонаций, назидательных клише. Все реплики Меньшовой и улыбки кажутся заученными и зарепетированными. Они как бы с конвейера.

По ходу передачи через каждые пять

минут ведущая сообщает, что «все проблемы» решает она сама. Говорится это с кокетливым вызовом. Но как раз от решения тех житейских коллизий, что обсуждаются в студии, лично она уходит. Все откровенничают в той или иной степени — иногда на потеху окружающим, иногда — «на сочувствие». Кроме нее.

Конечно, здесь дело не в девической стеснительности или в принципиальной скрытности Юлии Миньшовой, а в той роли, что ей отведена правилами игры. Похоже, что ведущая этой программы (в отличие от ведущих других ток-шоу) — беллетристический, то есть вымышленный персонаж, функция которого изначально служебна: поднести микрофон, задать вопрос, среагировать на ответ удивленным или радостным выражением лица, произнести риторический, заранее выученный текст. И оттого, что вокруг реальные типы и непридуманные люди, возникает впечатление кукольности телеперсонажа, изображаемого Юлией Миньшовой. Юлия — это такая российская Барби, необходимая в программе в качестве условного приема и фирменной этикетки.

Любопытно в связи с этим обратить внимание на чисто внешний композиционный рисунок программы. Он наглядно симметричный: равно посередине — героиня, по правую и по левую стороны — эксперты. Симметричность затрагивает и смысловые моменты передачи: «мальчики» отсажены от «девочек» — знак противостояния мужского и женского. Как в местах общего пользования. В свою очередь, авангардные взгляды Маши противопоставлены традиционным Оли.

Но каждый раз по ходу программы замечаешь, как ее смысловой центр неуклонно «заваливается» влево, туда, где сидит Маша и излагает свои радикальные соображения по всем вопросам о взаимоотношении полов. Отсюда и является подозрение, что реальный, а не номинальный автор программы — Мария Арбатова.

...Шел разговор о женщине, которая преуспела в деловой карьере, а потом пренебрегла ею во имя простой «бабской радости» — жизни в семье, для семьи. Когда

все вроде бы сошлись на том, что в этом есть резон и даже некоторый героизм, свое слово сказала Маша:

— Я чего-то не понимаю. Какая-то клиника. Вот перед нами молодая умная элегантная женщина... А вон там, — говорила она, указывая на гостевую трибуну для мужчин, — сидят...

Дальше она стала подбирать слова, смысл которых, однако, сводился примерно к следующему: вот вы там... у каждого по три извилины, а претендуете на верховенство...

Мужчины и правду интеллектом не светились — жалкая кучка самодовольных самцов. Это было так очевидно, что все присутствующие женщины удовлетворенно заулыбались — пробудился инстинкт половой солидарности. Феминистка Маша в очередной раз уязвила род мужской, оставив в стороне конкретную судьбу как совершенно ей неинтересную.

В том-то и дело, что передача «Я сама» лишь в незначительной степени посвящена земным проблемам семьи и брака. В большей степени она — эхо воображаемой войны полов. С этой стороны собрание мужчин и женщин в студии напоминает некий форум, вырабатывающий условия и принципы мирного сосуществования двух антагонистических миров.

Иногда «переговорный процесс» касается совсем уж пикантных ситуаций. Сравнительно недавно высокое собрание выработало отношение к женщине, которая довольно часто меняет сексуальных партнеров — что-то около ста мужчин за свои неполные 30 лет. Психолог Оля заподозрила героиню в нимфомании. Феминистка Маша увидела в этом не болезнь, а здоровый инстинкт самовыражения. От каждой, мол, женщины по способности (эротической) и каждой женщине мужчин — по потребности.

Как хотите, но это уже формула социального коммунизма.

Феминистская утопия стоит социальной. Еще недавно она гостевала на политическом Олимпе — партия «Женщины России». Теперь она снизошла до телешоу.

Московские новости. 27.10–3.11.1996 г.

НАРОД В КАЧЕСТВЕ СТАТИСТА?..

Еще не было в нашем лексиконе броского англоязычного термина «ток-шоу», а обозначаемое им явление — телепрограммы, в которых в студии присутствовали зрители, горячо обсуждающие предложенную проблему, — уже существовало.

Это был сагалаевский «12-й этаж», вызывавший ужас во властных структурах вплоть до Политбюро ЦК КПСС, максимовский «Музыкальный ринг», предлагавший весьма неординарные представления о современной музыке, и, наконец, ставший надолго лидером нашего ТВ перестроенный «Взгляд», где властителями дум миллионов людей были молодые журналисты — Д. Захаров, В. Листьев, А. Любимов и вместе с ними А. Политковский, В. Мукусов, некоторые другие. Привычка еженедельно, поздним пятничным вечером, переходящим чаще всего в глубокую ночь, садиться к своим телеприемникам и вместе с тележурналистами, их гостями, звонящими в студию зрителями обсуждать и решать жгучие общественные проблемы переходного периода нашей современной истории, остро переживать непоследовательность нарождающейся российской демократии, — все это связано для миллионов людей с неосознанным в ту пору телевизионным жанром.

С ним — жанром — произошла удивительная метаморфоза: пока не было определенных его границ (да и самого термина), в нем присутствовало общественное и духовное напряжение, происходили серьезные открытия не только творческие, но и социальные. Позже, когда ток-шоу стало гулять по всем каналам, побив по количеству передач рекорды (посмотрите рядовую недельную программку, и вы согласитесь со мною), — оно как-то померкло в нашем сознании, стало менее значительным, перестало волновать, как прежде.

Я пытаюсь понять, что же произошло с недавним фаворитом телеэкрана. Пойду от внешних, простейших обстоятельств к более сложным, внутренним. Начну с того, что нередко модным словом «ток-шоу» обозначается нечто, не имеющее к нему никакого отношения. Так, скажем, пять раз в

неделю по будним дням в 8.15 по каналу «2x2» идет ток-шоу «В фокусе», которое на самом деле представляет собой 15 — 20-минутную беседу журналиста В. Горькаева с приглашенным в студию человеком, чаще всего чиновником и общественным деятелем. Если в этих разговорах можно при желании обнаружить «ток», то уж «шоу» там ничем не ночевало. Обычное телеинтервью, причем даже не в прямом эфире.

В других передачах, правда, формальные признаки ток-шоу сохраняются. Это, во-первых, ведущий программы (причем не просто журналист-репортер, интервьюер, комментатор и т.д., но именно шоумен). Во-вторых, человек или проблема, которые положены в основу обсуждения-зрелища. В-третьих, люди в студии, так называемые внутренние зрители, которые не только наблюдают происходящее, но и активно участвуют в нем. И, наконец, в-четвертых, естественно, миллионы у своих домашних телеприемников.

Названное обстоятельство, при своей самоочевидности, оказывается у меня последним по порядку, но не по значению. Ток-шоу, к которому равнодушна массовая аудитория, не имеет права занимать место в эфире. Ток-шоу по природе своей — программа-чемпион, передача, ставящая рекорды. Во все мире принято: как только запущенное на орбиту ток-шоу начинает терять достигнутый рейтинг, сразу же встает вопрос о замене программы на другую. Приведу два примера: один из сферы вымысла, другой — конкретный. В художественном фильме «Телесеть» американского режиссера Сидни Люмета (он был показан по НТВ в серии лент — победителей премии «Оскар», 31.08.96) эта история стала частью сюжета. А двумя месяцами раньше многие российские газеты сообщили об уходе с ТВ знаменитого Фила Донахью — создатель жанра «ток-шоу» и его классика. Причиной печального финала блестящей телекарьеры стало снижение рейтинга программы мастера.

Так вот, многие из наших телевизионщиков, затеяв новую программу и без

особых раздумий присваивая ей высокое жанровое наименование, не очень-то заботятся о том. Чтобы их ток-шоу было жизнеспособным, имело подлинный зрительский интерес, оказалось способным выдерживать конкуренцию в эфире. Об этом свидетельствуют данные конкретных социологических исследований аудитории. В те дни, когда писались эти строки, «Вестник телевизионной информации», издаваемый РИА «Новости», как всегда, приводил проценты-рейтинги основных передач, причем группируя их по жанрам: «художественные фильмы», «сериалы», «ежедневные информационные программы», и т.д. Там наряду с «публицистическими программами в форме интервью», «документально-публицистическими» представлены и «публицистические программы в форме ток-шоу». Довольно условная жанровая градация, которую применяет Новый институт социально-психологических исследований (НИСПИ) для фиксации с помощью электронных приставок-аудиометров с максимальной полнотой и точностью размеров телеаудитории, оказывается весьма показательной.

Понятно, что художественные фильмы, юмористические передачи, «мыльные оперы» лидируют в параде зрительских пристрастий. Так и должно быть. Но вот дальше бесстрастные приставки обнаруживают довольно неожиданные тенденции. Ток-шоу уступает в рейтингах не только информационным программам, но и документально-публицистическим передачам, а также и телевизионным интервью. Ниже них стоят только программы, посвященные серьезной музыке. В двадцатку самых популярных передач недели ни одно ток-шоу не вошло. И не входило в последнее время.

Уже одних этих цифровых показателей достаточно для того, чтобы установить безрадостный диагноз: жанр ток-шоу сегодня серьезно болен. Не берусь быть врачом — целителем жанра. Тут, вероятно, нужен целый консилиум компетентных специалистов. Могу претендовать лишь на то, чтобы выразить одно из возможных мнений.

Пойду по обозначенным выше четырем важнейшим средствам ток-шоу. Итак, первое, с чего начинается ток-шоу, — это ведущий. Если интересен он, то можно

рассчитывать на внимание публики. Если неинтересен, то, увы, безразличие аудитории приходится преодолевать множеством уловок, не всегда приносящих успех.

Не стану касаться раннего этапа жанра на отечественном ТВ, имевших шумный (и нередко скандальный) успех — программы «12-й этаж» и «Взгляд». К сожалению, из четырех основных авторов тех передач — Э. Сагалаева («Этаж»), Д. Захарова, В. Листьева, А. Любимого («Взгляд» — продолжил сразу же после прекращения этих передач работать в ток-шоу один лишь В. Листьев. Он дал жизнь «Теме», которая продолжает поиски в области ток-шоу. В ней, с самого начала хорошо, четко организованной, была гармония всех составляющих начал. В. Листьев, который был первым ведущим, старался сбалансировать, равновесие компонентов: он не «тянул одеяло на себя», был достаточно сдержан в студии, не позволял приглашенным, воплощавшим поставленную на обсуждение тему, солировать, держал в узде и публику, собравшуюся в студии. Главным для него был четвертый компонент приведенной выше «лесенки» — зритель, сидящий дома перед своим приемником. Именно ему старалась потрафить передача, для него выкладывались и ведущий, и главные гости, приглашенные в качестве «внутреннего зрителя».

После кончины В. Листьева, который еще при жизни оставил «Тему», пригласив туда Лидию Иванову, — передача становилась все менее интересной. В дни, когда писалась эта статья, уже было принято решение, что Дмитрий Менделеев, заменивший Л. Иванову, уступит свое место следующему ведущему. Не найдя смелости для самокритики, люди из ВиДа, в котором делается «Тема», говорили о плановой ротации. Причем, рассуждая в духе тех остряков, которые обнаружили смену советских вождей в чередовании лысых и волосатых (Ленин — Сталин, Хрущев — Брежнев и т.д.) предположили, что после мужчины — женщины — мужчины теперь опять наступает пора женщины-ведущей. И пошел слух, что ею может оказаться вдова В. Листьева.

Но дело, конечно, не в этих метаморфозах. Нас здесь интересуют качества ток-шоу, воплощенные в нынешней «Теме». Ее ведущий вроде бы, как и прежде, заботиться

не столько о своей персоне, сколько о миллионах телезрителей. Ради этого он использует такие «забойные» темы, как, скажем, двойники наших генсеков, начиная с В. Ленина и кончая М. Горбачевым, или нудизм, где обильно показаны хроникальные кадры пляжей с обнаженными их посетителями. Но эти и подобные сюжеты сегодня мало кого удивляют: ведь политическая свобода позволяет как угодно смело трактовать наших прошлых и нынешних вождей, а «обнаженка» в западных (да и в наших) лентах, каждодневно демонстрируемых по всем телеканалам, куда хлеще тех невинностей, которые нам показали в «Теме» с нудистами.

Откровенная эксплуатация (если не сказать — спекуляция) эффектной тематики — свидетельство неуверенности ток-шоумена в своих силах. В отличие от Д. Менделеева опытный волк Владимир Познер не боится всякий раз навязывать зрителям свои повороты обсуждаемых проблем и свое же их видение. Творческая воля — пожалуй, самое сильное качество журналиста. При видимой объективности и внешне мягкой манере ведения передач (а сейчас в эфире сразу три ток-шоу В. Познера — «Мы», «Если» и «Человек в маске») он нигде не позволяет гостям программы или тем более зрителям в студии отвернуть ее хоть ненамного от от намеченного им русла.

По многим внешним параметрам ток-шоу В. Познера похоже на то, что делал в эфире его друг (и, позволю добавить, учитель) Ф. Донахью: амфитеатр людей, пришедших в студию, перебегающий от одного к другому просящему слова ведущий с микрофоном, задаваемые им всем вопросы, в финале, очень короткие итоги. Однако у американского мастера никогда не было стремления «подогнать ответы» на задачку к готовым решениям. Чувствовалось, что он искренне искал их вместе со студией и с нами, зрителями. К сожалению, у В. Познера почти всегда проглядывает его заранее сформированная позиция, которую он достаточно жестко проводит в ток-шоу.

Не редко это позиция, «выращенная» на американской земле, где в последнее время почти все время живет журналист. Приведу два примера. В одной программе «Если» В. Познер с энергией, достойной

лучшего применения, пропагандирует «privacy», одну из нравственных ценностей заокеанского образа жизни, обозначающего крайнюю форму индивидуализма. Согласно «privacy», нельзя интересоваться интересовать величиной жалования близкого товарища — коллеги по работе, давать советы по поводу того, как бороться тому же коллеге с бесплодием в их семье, и даже проситься к соседу на трансляцию футбольного матча, если у самого испортился телевизор.

Если и осталось что-то доброе, хорошее в характере наших людей за последние годы, так это как раз непосредственность, открытость, участливость. Традиционные качества, идущие от российской общинности и советского коллективизма. Не вижу причин для того, чтобы отказываться от них во имя далекого нам понятия. В другом случае В. Познер всю программу посвятил пропаганде привычного для США правила по любому важному или мелкому случаю немедленно обращаться в суд. И снова постулат, декларированный без всякого учета наших реалий. Того, что в наших представлениях человек, по всякому поводу бегающий в суд, выглядит сутяжником. Что отечественные суды работают крайне медленно и не всегда справедливо. Что их решения часто не выполняются.

Я подробно остановился на просчетах журналиста, который, несомненно, является самым сильным шоуменом из отечественных авторов. Его коллеги работают в основном много хуже. Они лишены и мастерства, и обаяния, и знания аудитории, реакциями которой обязан уметь руководить ток-шоумен.

Люди, которые заполняют студию, — второй, после ведущего, автор творимого на экране шоу. Они даже больше участвуют в происходящем, чем зрители на театральном или эстрадном концерте, которые дышат одним воздухом с артистами и вдохновляют их на художественные взлеты. Тем не менее во многих случаях ведущий позволяет себе низвести «внутренних зрителей» до безликой массы, которая по невидимому жесту дирижера аплодирует. Нередко — ни к селу, ни к городу. Скажем, учительница химии (ток-шоу «Профессия», ТВ-6, 3.09.96) рассказывает, что частная школа, в которой она работает, очень

дорогая, в ней цены в долларах увеличиваются каждый год, а люди в студии при этом... неистово аплодируют. Спрашивается: чему?

Ток-шоу «Профессия», «Один на один» (Вид для ОРТ), «Карьера» (РТВ - 4 канал), «Мужчина и женщина» (АТВ для РТВ), «Мы» (АТВ для ОРТ), «Мое кино» (ТВ-6), «Чрезвычайный канал» (РТВ) и др. Похожи друг на друга, несмотря на разных ведущих и несхожие темы для обсуждения. Они одинаково используют приглашенных в студии в качестве внимательно слушающих статистов, готовых улыбаться и приветствовать любой жест ведущего.

Редким исключением выглядят те ток-шоу, которые по замыслу своему предполагают участие в них специализированной аудитории. Это либо журналисты («Пресс-клуб», АТВ для ОРТ), либо музыкальные критики («Акулы пера», ТВ-6), либо корреспонденты газет и других СМИ из Санкт-Петербурга («Личное дело», ТВ-5), либо студенты журфака МГУ («Темная для...», РТВ). Здесь можно видеть наметки драматургии с некими «ходами», предполагающими определенное распределение «ролей» в зрительской аудитории. Я уже имел случай писать об этом, анализируя в нашем журнале «Пресс-клуб» и «Акулы пера».

Впрочем, специализированная аудитория, торы кроме достоинств, имеет и недостатки. Авторы этих ток-шоу сознательно ограничивают себя локальными вопросами, за пределы которых не выходят по условиям игры. Та универсальность жгучих общественных проблем, которая была присуща легендарной эпохе «Взгляда» и ранних советско-американских телемостов (их вели на пару В. Познер и Ф. Донахью), сегодня оказалась невозможной. Цензура общественного благоразумия выглядит не менее жесткой, нежели бывшая партийная. Поэтому, наверное, и «обратная связь» большинства нынешних ток-шоу не идет ни в какое сравнение с тем, что происходило семь-восемь лет тому назад. Зрители, ставшие с годами все более изощренными в понимании стратегии телевизионных авторов, без всякого энтузиазма воспринимают предлагаемую им с экрана роль.

Тут я подхожу к анализу последней, четвертой составной части ток-шоу. Той,

ради которой, собственно говоря, и существует этот телевизионный жанр. Его задача — активизировать восприятие содержания, заключенного в передаче, с помощью формы диспута, острых вопросов, высказывания различных точек зрения. В отличие от привычно-монологической системы коммуникаций, присущей традиционным СМИ (журналист — вещатель и читатель — слушатель — зритель), здесь предполагается диалог. А, может быть, даже триалог, квадралог и т.д. — разные варианты полиалога, проще говоря, того многоголосия, которое характерно для всякого живого и горячего, заинтересованного обсуждения волнующей всех общественной проблемы.

К сожалению, во многих (если не в большинстве) разновидностях ток-шоу, бытующих на наших телеэкранах, роль миллионного зрителя недалеко ушла от роли тех, кто оказался приглашенным в студию. Она предельно пассивна по самой своей сути. И основана на стремлении авторов в жанровой «упаковке» преподать беспрельдно широкой аудитории довольно узкий по своему смыслу однозначный «урок». Хитрость таких ток-шоу заключается в том, что при внешней форме свободной дискуссии и высказывания разных точек зрения — на самом деле зрителям втолковывается одна-единственная, жестко ограниченная в своих параметрах позиция.

У читателя может создаться впечатление, будто в происходящем на телеэкране виноват сам жанр. Что он не способен в нынешних условиях быть чем-либо, кроме как имитацией общественного долга, каким может стать (и становиться!) в минуты своего взлета ТВ. Поэтому хотел бы завершить свою статью анализом самого последнего опыта в русле жанра, который позволяет взглянуть на будущее ток-шоу с некоторым оптимизмом.

Я имею в виду «Открытые новости» (РТВ), которые делают Э. Сагалаев и С. Сорокина в форме ток-шоу. Программа только-только начинает свое существование, вышло два или три пилотных выпуска, но даже это начало способно внушить Надежды. Первое, что сделали авторы внове, — они соединили информационное содержание с формой ток-шоу. В студии находятся зрители, они участвуют

в движении эфирного материала, причем делают это не как привычные «производители улыбок и аплодисментов», но как и заинтересованные соавторы журналистов-ведущих. В последнем выпуске программы обсуждались темы, в которых свидетельство пришедших в студию оказалось принципиальным.

Первой из двух тем «Открытых новостей» стала миссия генерала А. Лебеда в Чечне, и важным свидетелем тут выступает его пресс-секретарь А. Бархатов. Внутренним стержнем, индикатором общественной напряженности разговора стали те умолчания и двусмысленности, которые сопровождали поездки генерала и его переговоры с лидерами чеченских сепаратистов. Программа вышла именно в те дни, когда реакция Президента России по непонятным причинам задерживалась.

Тут я должен сказать о том качестве «Открытых новостей», которое придавало им особую напряженность и заставляло зрителей смотреть и слушать со жгучим интересом. Дело в том, что передача шла в прямом эфире и тем самым не чем не шлифовалась и не редактировалась. Но и этого мало. Авторы нашли совершенно новый творческий прием, который придал свежести сразу двум жанрам, встретившимся здесь: информации и ток-шоу. Они использовали в этом прямом эфире телемост, связавшись с шахтерами Ростовской области.

Шахтеры, которые прошли в послед-

ние месяцы через немалые испытания — невыплата зарплаты, голодовки, забастовка и т.д., — вели себя в прямом эфире независимо, говорили «правду-матку», чистили в хвост и гриву и свое местное, и федеральное начальство. И, что немаловажно, выражали свое человеческое (и телевизионное тоже!) доверие к С. Сорокиной, которая работой в эфире в течение последних лет доказала приверженность правде.

Получилось то, чего давно уже не было на телеэкране: авторы в столичной студии с удивлением для себя знакомились с рабочими людьми, которые просто и глубоко судили о довольно сложных жизненных проблемах. А их герои, обрадованные возможностью выговориться, сказать на всю страну о том, что их по настоящему волнует, осознавали сами и внушали миллионам зрителей уверенность, что телевидение — не просто «ящик», крутящий с утра до поздней ночи, как дурная шарманка, немислимую смесь хроники, рекламы и пошлых фильмов. Они вдруг почувствовали, что перед ними удивительное техническое средство, которое может стать великим средством взаимопонимания и объединения. Что с его помощью можно высказаться о самом сокровенном и убедиться в своем единстве с миллионами других людей, находящихся в настоящее время на расстоянии сотен и тысяч километров от тебя.

Журналист. №11–12. 1996 г.

ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Егоров В.В. Телевидение: теория и практика. М., 1993. С.220.
2. Васильева
3. Телевизионная журналистика. М., 1994. С.178.
4. Саппак В. Телевидение и мы. М., 1963. С.138.
5. Андроников И., Андроникова М. Заметки о телевидении // Искусство кино. 1963. №2, С.101).
6. Там же.
7. Саппак В. Телевидение и мы. М., 1963. С. 63.
8. Феллини Ф. Делать фильм. М., 1984. С.148.

ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ ЖУРНАЛИСТ В ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ

М.М.Овсепян

РАБОТА РЕСПУБЛИКАНСКОГО РАДИО В УСЛОВИЯХ ЧРЕЗВЫЧАЙНОЙ СИТУАЦИИ: СПЕЦИФИКА И ПРОБЛЕМЫ

До недавнего времени практически любое трагическое событие в стране — будь то стихийное бедствие или результат сбой человеческой деятельности, авария на железной дороге или взрыв на шахте — окружала плотная завеса тайны¹. В течение многих лет советские люди мало что знали о крупных катастрофах. Лишь после апреля 1985 года перестройка и гласность принесли перемены в этом отношении, и средства массовой информации заговорили о катастрофах сначала робко, а потом все смелее.

Сегодня вряд ли надо доказывать, что отсутствие информации, полуправда не прошли для нас бесследно. «Закрытость» темы оборачивалась вынужденным бездействием для журналистов и научных работников; они не имели возможности исследовать предпосылки и причины катастроф, анализировать возникающие в этой связи проблемы — ими стали серьезно заниматься лишь после землетрясения в Армении в декабре 1988 года.

В течении десятилетий в теории журналистики никогда глубоко не изучалась деятельность корреспондентов газет, радио и телевидения в чрезвычайных ситуациях. Тем более важно выработать методику научной классификации чрезвычайных ситуаций, чтобы систематизировать их, наметить подходы к анализу и оценке работы журналистов в таких ситуациях и, главное, дать определенные научно обоснованные рекомендации, учитывающие уже имеющийся опыт. К сожалению, приходится констатировать, что этот опыт был крайне мал. Так называемые идеологические ра-

ботники, включая и журналистов, никогда не освещали истинных масштабов и трагических последствий катастроф в нашей стране.

Во многом это делалось из «высоких» политических и идеологических соображений, а по сути дела для того, чтобы манипулировать общественным мнением. Десятилетиями у нас бытовала идеологема, будто при социализме не может быть крупномасштабных трагедий, которые влекут за собой множество человеческих жертв, будто социалистическое общество исключает подобные явления, даже вызванные природными причинами. А если в зарубежной печати вдруг появлялась подобного рода информация, относившаяся к Советскому Союзу, то немедленно наш «идеологический фронт» давал «принципиальный отпор» таким сообщениям, называя их антисоветскими инсинуациями.

Между тем, население нашей страны, как и всех других стран, не гарантировано от стихийных бедствий. Достаточно сказать, что 20 процентов территории СССР находится в сейсмической зоне и каждый год испытывает несколько тысяч слабых, средних и реже сильных подземных толчков. Только в Дагестане, например, «за последние 150 лет отмечено более двух десятков сильных и несчетное количество слабых землетрясений»². Они привели к большим разрушениям и унесли тысячи человеческих жизней. Отметим, что на территории нашей страны ежегодно происходят сотни средних и больших наводнений, а также обвалов, оползней, селевых потоков и т.п. Их последствия — человеческие жертвы,

разрушения на десятки и сотни миллионов рублей, чрезмерные психологические перегрузки у людей в зонах бедствия и прилегающих районах.

Поэтому важной задачей работы печати, радиовещания и телевидения в условиях чрезвычайных ситуаций становится нейтрализация по мере возможности психологического напряжения, снятие стрессов. Но этого можно достичь только тогда, когда в зоне бедствия планомерно, целенаправленно, продуманно организуется созидательная деятельность людей и когда эта деятельность широко освещается средствами массовой информации. До недавнего времени основа для такой деятельности отсутствовала: об истинном положении дел никто по сути дела не знал, не принято было писать о действительных масштабах катастроф. Например, реальные масштабы известного ашхабадского землетрясения, которое произошло в 1948 году, долго скрывались, а трагические события в этом регионе находили крайне слабое отражение в средствах массовой информации.

К сожалению, аналогичные случаи были уже и в годы перестройки. Так, несмотря на то, что чернобыльская трагедия вызвала огромный резонанс во всем мире, у нас она долго замалчивалась, а точнее говоря, несвоевременно и необъективно освещалась. В частности, далеко не в полной мере комментировалась работа по организации помощи населению пораженной зоны и по его эвакуации. Лишь на четвертом году после аварии наши средства массовой информации по-настоящему откликнулись на беду людей, когда впервые были обнародованы истинные масштабы катастрофы, когда стало известно, что десятки тысяч людей на Украине, в Белоруссии и в России подверглись ядерному облучению, что они долгие четыре года не имели возможности лечиться и стали инвалидами.

Эти вопиющие факты умолчания можно, конечно, в определенной мере объяснить тем, что во время чернобыльской трагедии механизм гласности еще не действовал и средства массовой информации были бессильны в освещении истинных событий.³ Разумеется, причины отсутствия такого механизма заключались не в самих средствах массовой информации, а в общем состоянии нашего государства и общества.

В то же время за рубежом аналогич-

ные события в большинстве случаев оперативно и своевременно освещались и освещаются печатью, радио и телевидением, а гласность и своевременная помощь спасают множество человеческих жизней.

Во многих странах уже давно существует практика и методика работы средств массовой информации в экстремальных ситуациях, накоплен опыт научного анализа этой деятельности.

Опыт зарубежной журналистики показывает, что с возникновением чрезвычайных ситуаций создаются нестандартные условия для функционирования средств массовой информации. В подобной ситуации одной из основных и первоочередных их функций становится максимальная гласность, что позволяет привлечь к ним широкое внимание и организовать помощь в развертывании спасательных и восстановительных работ. В качестве примера здесь можно сослаться на деятельность радиовещания и телевидения во время землетрясения в Мехико в 1985 году. «Больно было смотреть на поверженный город, — писал советский журналист Юрий Остепенко, побывавший в те дни в Мехико, — но еще больнее было смотреть на телеэкран, где подробнейшим образом показывалось, как извлекались трупы, как рыдали матери, потерявшие детей... И это по всем каналам. И это показывали сразу же после землетрясения».⁴ О трагедии мексиканской столицы сразу же узнал весь мир, и многие поспешили ей на помощь.

Подобное «испытание на гласность» преподнесла природа и нашим журналистам. 7 декабря 1988 года в 10 часов 41 минуту по московскому времени в Армении произошло землетрясение, уничтожившее город Спитак, разрушившее города Ленинакан, Степанован, Кировакан. В руины превратились 58 сел, почти 400 сел были разрушены частично, 514 тысяч человек лишились крова, повсеместно были повреждены дороги, выведены из строя объекты энергообеспечения, телефонной связи и т.д. Погибло, по официальным данным 25 тысяч человек⁵, по последним, но еще не официальным данным — 100 тысяч человек⁶. Более похожа на правду, по нашему мнению, последняя цифра, потому что на пятый день после землетрясения до нас дошла такая информация: в РСФСР был направлен заказ на изготовление 50 тысяч

гробов, а еще 30 тысяч должны были сколотить на предприятиях Армении.⁷

Надо отметить, что ни одна чрезвычайная ситуация, ни одна катастрофа не вызывала такой активной реакции советских средств массовой информации, в том числе радиовещания, как армянское землетрясение. В этой связи анализ положительного и отрицательного опыта освещения радиовещанием той катастрофы и восстановительного периода после землетрясения приобретает особую значимость. Однако, прежде чем определить роль радио в освещении событий в чрезвычайных ситуациях, необходимо остановиться на содержании и смысле самого понятия «чрезвычайная ситуация», рассмотреть его в контексте именно журналистской деятельности.

Эту нелегкую задачу пытались решить, предложив свои дефиниции, некоторые исследователи в области социологии и философии. Были сделаны попытки проанализировать это понятие и некоторыми журналистами. Выводы ученых на этот счет оказались самыми разнообразными, но в их суждениях довольно отчетливо прослеживается одна общая мысль: чрезвычайные ситуации во многом — продукт и следствие общественных отношений, они непосредственно связаны с ошибками и деформациями в этих отношениях. Так, по мнению доктора философских наук А.И. Пригожина⁸, социальный аспект всех чрезвычайных ситуаций проявляется в различного уровня воздействиях на общество. Пригожин условно делит чрезвычайные ситуации на следующие четыре вида:

Природные бедствия. В одном случае это моментальное действие природной стихии (цунами, землетрясение, ураган), в другом случае — длительное (засухи, лесные пожары). К этому виду относятся также бедствие «внеземного» характера (например, падение знаменитого Тунгусского метеорита).

Экологические, то есть социально-естественные бедствия. В основе этих явлений лежат воздействия, направленные против природы и через нее на человека.

Технические бедствия — аварии в материальной системе, созданной человеком (взрывы, пожары, катастрофы и т.д.).

Социальные бедствия, которые влекут за собой потери населения, а также

структурные, демографические и социальные изменения в обществе.

С точки зрения этой классификации, армянское землетрясение можно отнести одновременно к двум видам чрезвычайных ситуаций — первому и четвертому. Именно в таких ситуациях средства массовой информации должны действовать особенно оперативно и слаженно, своевременно и правдиво. В подобных случаях аудитория обращается в первую очередь к таким наиболее оперативным средствам массовой информации, как радиовещание и телевидение. Именно на оперативность как на особое преимущество радио обратил внимание исследователь истории теории радиожурналистики В.Н. Ружников. «Современное радиовещание, — писал он, — поистине мастер на все руки. Но одним из старейших среди множества его дел и занятий можно назвать оперативную информацию»⁹. Будучи самым доступным из всех средств массовой информации, радиовещание благодаря своим техническим возможностям способно передать максимально оперативную информацию, особенно в чрезвычайных ситуациях.

Всесоюзное и республиканское радиовещание впервые проявило свой исключительный потенциал с условиях землетрясения в Армении, когда буквально в считанные часы были переданы экстренные, самые оперативные сообщения о происходившей трагедии. Но, по нашему мнению, в этих нестандартных и тяжелейших условиях радиовещание не нередко допускало также промахи и просчеты в своей работе. Вот почему необходимо изучать опыт освещения средствами массовой информации чрезвычайных ситуаций в последние годы. По нашему мнению, этот опыт поучителен, особенно с точки зрения анализа внезапно возникающих ситуаций. Оценивая деятельность таких разных журналистов, освещавших подобного рода события, как А. Акопов, З. Балаян, В. Бутрим, Д. Гай, Д. Захаров, М. Крушинский, А. Любимов, Г. Маркарян, Г. Саркисов и другие, важно обобщить и систематизировать опыт, дать научную характеристику их работы с тем, чтобы их коллеги, которым предстоит в будущем действовать в экстремальных условиях, могли быстро и своевременно ориентироваться в сложившейся обстановке, оперативно и всесторонне оценивать значение главной и второстепенной информации.

Здесь вновь есть смысл обратиться к трудам советских ученых, анализировавших природу катастроф и поведение людей в чрезвычайных ситуациях, в частности, к уже упоминавшейся статье А. И. Пригожина. Автор статьи условно выделяет четыре основных типа деятельности журналистов в различных по характеру чрезвычайных ситуациях:

1) *деятельность во время стихийных бедствий* (землетрясения, наводнения, оползни, лесные пожары, ливни и т.д.);

2) *деятельность в условиях технических катастроф* (крушение поездов, судов, аварии на АЭС, авиакатастрофы, пожары по техническим причинам);

3) *деятельность в условиях экологических бедствий* (экологические кризисы в тех или иных регионах страны, загрязнение водных артерий, выбросы ядовитых веществ и заражение водных запасов городов);

4) *деятельность во время межнациональных конфликтов* (вспышки межнациональной розни, стычки вооруженных группировок, погромы на межнациональной почве и т.д.).

Эти типы деятельности довольно четко проявлялись в ходе чрезвычайных ситуаций, возникавших в нашей стране за последние годы. Кроме отмеченных, можно еще назвать несколько видов чрезвычайных ситуаций, например, эпидемии, обстоятельства, связанные с воздействием непреодолимой силы природы либо с непреднамеренными действиями персонала (неуправляемый беспилотный МИГ-23), загадочно-аномальные явления (НЛО, Бермудский треугольник и т.д.). Но эти ситуации еще глубоко не исследованы.

Как показывает анализ, каждый журналист в таких ситуациях действует соответственно своим знаниям и опыту, каждый подходит к освещению тех или иных проблем индивидуально. Исходя из практики работы многих журналистов, нами была предпринята попытка сформировать свою модель, свое видение того, как должен работать журналист в чрезвычайных ситуациях. Мы исходили из того, что некоторые теоретические факторы аккумулируются в общие закономерности деятельности журналистов в чрезвычайных ситуациях, что и помогло выделить следующие главные, на ваш взгляд, функции их работы в таких условиях.

Первая функция — управленческо-прагматическая. Она состоит в информировании аудитории о способах и средствах решения неординарных задач. Знание обстоятельств и своевременный их учет позволяют, с одной стороны, помочь поддерживать нормальную жизнедеятельность населения, а с другой — эффективно регулировать ликвидацию чрезвычайных ситуаций. Образуется необходимая для существования системы кибернетическая связь.

Вторая функция — информационно-коммуникативная. Она предполагает точность в отражении действительности, максимальную оперативность и полноту сообщений как доминирующие компоненты в освещении чрезвычайных ситуаций и формировании общественного мнения. Как показывает опыт Чернобыля и Нагорного Карабаха, своевременность сообщений имеет в этих случаях приоритетное значение. Только распространение достоверных сообщений формирует у аудитории объективно-правдивое осмысление фактов, помогает противостоять слухам, домыслам, кривотолкам.

Третья функция — социально-психологическая оптимизация, под которой мы понимаем формирование под воздействием и с помощью средств массовой информации психологического состояния людей. Информационные сообщения в таких случаях особенно взаимозависимы и оказывают взаимное влияние. Мысли, сознание и поведение людей формируются на основе их собственного опыта, с которым соотносится усвоение новых данных, особенно хроники трагедии, полученных через средства массовой информации. Своевременное удовлетворение социально-психологических потребностей людей корректирует их поведение, которое должно быть правильным, рациональным в самые тяжелые минуты¹⁰.

Разумеется, автор статьи не считает это деление исчерпывающим и безусловным, а только предполагает свою классификацию деятельности журналистов при освещении чрезвычайных ситуаций. Нам кажется, что журналисты, освещающие события в нестандартных ситуациях, должны помнить две непреложные истины: первая — это абсолютная гласность, вторая — честное выявление социальных, политических и экономических мотивов во всех столкновениях и конфликтах.¹¹

Вестник ВИПК. Москва, 1991.

НРАВСТВЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКИ

ЖУРНАЛИСТ В ЭКСТРЕМАЛЬНОЙ СИТУАЦИИ

Критерии телевизионной документалистики — достоверность, полнота информации, непредвзятость — становятся предельной необходимостью в репортажах, объект которых — экстремальные ситуации. Наблюдение этих критериев не только искажает картину происходящего, но нередко приводит к обострению положения, в том числе и массового насилия. Присутствие камер и журналистов как фактор публичности способно повлиять на сам ход событий, заставляя задуматься о проблеме цензуры.

В наименьшей степени это касается репортажей о несчастных случаях и стихийных бедствиях.

Катастрофы и стихийные бедствия

Решающую роль в такие моменты играют оперативность поступающих сообщений и максимально возможная достоверность фактов, предотвращающие рождение слухов. Не менее важна тональность журналистского изложения. «Живописуя» подробности катастрофы, репортеры, погруженные в «материал», в состоянии оказать на публику куда более травмирующее психологическое воздействие, чем лаконичный отчет о самом событии.

Максимальная осторожность при оглашении цифр — размеров ущерба, количества жертв, — постоянно корректируемых по мере поступления новых данных, и комментарии экспертов, анализирующих причины происшедшего и возможные последствия — необходимые элементы событийной трансляции.

Гражданские беспорядки и массовые волнения

Участники несанкционированных митингов, демонстраций, пикетов и других форм выражения общественного протеста, не говоря уже о вдохновителях этих движений, стремятся воспользоваться присутствием журналистов для публичного обнародования своих деклараций. Такие

массовые акции, собственно, и организуются с целью привлечения к себе общественно-го внимания, а также разоблачений «врагов народа».¹²

Тележурналисты, не ориентирующиеся в ситуации и не осознающие подлинных, а не прокламируемых мотивов происходящего, рискуют оказаться вовлеченными в стихийное или кем-то направляемое (оба эти момента чаще взаимосвязаны) развитие действия. Их поведение в этих случаях не только не снижает общественного накала страстей, но придает ему масштабы, далекие от его истинного значения.

Отсутствие программы заранее предусмотренных действий, рассчитанных на экстремальные ситуации, может привести руководство телекомпании к решению вообще отказаться от освещения событий в эфире.¹³

Самоустраняясь в критические моменты от долга наиболее достоверного информатора, телевидение отдает аудиторию во власть различного рода домыслов, дезориентирующих общественное сознание и еще более усугубляющих ситуацию.

Однако альтернатива между «показывать плохо» и «ничего не показывать» (оба выбора свидетельствуют о журналистской некомпетентности) не может возникнуть, если документалисты в экстремальных условиях следуют профессиональным рекомендациям:

- избегают прямой трансляции с места события, развитие которого непредсказуемо и бесконтрольно;

- стараются сделать как можно более незаметным свое присутствие: не демонстрируют съемочную аппаратуру, не включают без крайней надобности осветительные приборы, не афишируют эмблему телекомпании;

- основываются в репортажном изложении на фактах, а не на эмоциях

- воздерживаются от экспрессивных выражений, содержащих оценку — «озлобленная толпа», «оголтелые сборища», «озверевшие власти», от прилагательных типа

«агрессивный», «хулиганствующий», «разнузданный» и таких определений, как «путчисты», «мятежники», «заговорщики», если эти определения не заимствованы из официального лексикона;

— остерегаются групп и лиц, чьи действия рассчитаны на привлечение внимания окружающих и в первую очередь журналистов;

изымают при монтаже синхронного материала клеветнические выпады, а также откровенно вызывающие и непристойные выражения;

— комментируя съемку или видеозапись, подчеркивают различие между спонтанными инцидентами и теми, которые вызваны самим присутствием журналистов;

— не считают возможным брать на себя судебские функции или выступать адвокатом одной из сторон конфликта, уподобляясь тенденциозному футбольному комментатору, неспособному скрыть, за какую команду болеет;

— ссылаются при оглашении данных на источники информации и не вырывают отдельных цифр или фактов из контекста происходящего;

— не стимулируют излишнего возбуждения, сообщая об опасении новых вспышек насилия и ни в коем случае не указывают адресов или мест возможного возникновения беспорядков;

— консультируются, принимая решения по ходу меняющейся обстановки, с руководством телекомпании и органами правопорядка, контакт с которыми поддерживают все время;

— подчиняются распоряжениям представителей государственной власти, но немедленно ставят свое руководство в известность об этих распоряжениях

— выступая в роли интервьюеров, чей долг — дать возможность зрителю выслушать доводы основных сторон, не становятся «подставкой для микрофона» в отношении самозванных лидеров, для которых присутствие камер — наиболее желаемая форма саморекламы;

— интервьюируя участников массовых беспорядков, не дают им возможности произносить оскорбляющие общественный вкус тирады, понимая, что именно этого добиваются собеседники

— не поддаются азарту уличных оппонентов, готовых в любую минуту всту-

пить в полемику, перерастающую в скандал, поскольку для подобных лиц выступать без скандала — все равно, что без «кислорода гласности».

Террористические акты и преступления

Экстремизм, нетерпимость, слепая ярость не должны иметь равное право голоса с разумными аргументами и стремлению к доводам, а не силе.

Это обстоятельство в еще большей степени относится к интервьюированию преступников и террористов, сама возможность контакта с которыми заранее согласуется с органами правопорядка и руководством телекомпании.

Подобного рода общения следует избегать в прямом эфире, не гарантирующим от любой внезапной выходки собеседника.

Журналист пресекает попытки партнера по диалогу бездоказательно обвинять юстицию, героизировать свое криминальное прошлое, описывать детали преступления или технику и подробности предотвращения преступлений, не подлежащие разглашению.

Крайней осторожности требуют интервью с заложниками и их похитителями, обнародование которых может поставить под угрозу жизнь невольных жертв.

Ультиматумы террористов, многословно излагаемые и насыщенные откровенной риторикой, лучше перефразировать и давать их в косвенной речи, а не синхронно.

Для журналистов, работающих в подобных условиях, желательны консультации со специалистами по чрезвычайным ситуациям и другими экспертами, способными подсказать, какие фразы, вопросы, заявления или поведение «героев», будучи обнародованными, могут лишь осложнить положение.

Признания перед камерой о вновь готовящихся терактах, покушениях, взрывах, поджогах, диверсиях необходимо немедленно сообщать руководству компании и местным органам безопасности, о решениях которых зависит возможность и мера их оглашения.

Этнические конфликты

Взрывоопасность таких конфликтов обусловлена не только возможностью вооруженного столкновения (в условиях распада СССР и борьбы автономий за независимость эта возможность давно перешла

в реальность), но и тем, что подобную вероятность провоцирует иной раз само телевидение и пресса. «В современном обществе без СМИ фактически не возможно организовать конфликт, — констатирует директор Института этнографии и антропологии В. Тишков, — и они уже давно есть часть и одна из фронтовых линий конфликта».

Непредвзятость и соблюдение равноправия интересов вступают в этих случаях в драматическое противоречие как с мифологизированным массовым сознанием, так и с сознанием самих документалистов, привыкших воспитывать зрителя вместо того, чтобы предоставить ему возможность сформировать свои собственные суждения. «Мы больше пропагандисты, чем журналисты, больше агитаторы, чем репортеры», свидетельствуют наиболее критичные из них, объясняя наследием большевизма присутствие в политическом лексиконе таких выражений, как «ингушская змея на груди русского народа».

В традиционном для отечественной общественной психологии ожидании исходящей из центра «истины в конечной инстанции», указывающей, кто прав, и кто виноват, средства массовой информации играют гипертрофированную роль, а, отвечающие этой потребности искушенные журналисты, которые заранее «знают все», зачастую просто не в состоянии не идеологизировать ситуацию. Не меньшую опасность представляет собой, считают эксперты, отношение начинающих документалистов, для которых этническая тематика — интригующий материал «на продажу», когда любые интересы отступают перед тягой к сенсационности. Не озабоченные гнетом излишних знаний (и всегда готовые избавиться от них телезрителей), эти гастрوليрующие репортеры, оказавшись в «горячей точке», полагают необязательным разбираться в местных проблемах или особенностях культуры народа, о которых намерены вести речь.

Но субъективность изложения и предвзятость оценок — исходят ли огни из примата идеологизации или по недостатку знаний — ничего общего не имеют с этикой профессионального журналиста, комментарии которого основаны на информационной ценности сообщений, а не их соответствии его политическим взглядам

или потенциальной сенсационности. Репортер не позволяет себе высказывать моральное возмущение (от своего лица или имени телекомпании), но считает необходимым обнародовать взгляды тех, кто разделяет подобное возмущение. Ни одного из суждений, выступающих как аргумент в политическом споре, не должно быть опущено.

Такая сбалансированность мнений не свидетельствует о безучастности журналиста или о равноценности для него любых высказываний, обнародованных в эфире. Этическая воспитанность исключает нейтральность по отношению к нравственным категориям. От позиции журналиста зависит, не превратится ли телевидение из средства воздействия на политику в сам предмет политики, и не выступит ли оно по отношению к конфликтующим сторонам как источник все возрастающей конфронтации, а не возможность поиска общественного согласия. Хотя сцены насилия на экране всегда выразительнее, чем столы для мирных переговоров, профессиональный журналист предпочтет предоставить слово здравомыслящим собеседникам, а не подстрекателям к крайним мерам, насколько бы экзотичнее не выглядели последние.

Репортаж о конфликте из зоны конфликта содержит в себе нечто большее, чем констатацию положения (хотя и эта задача достаточно сложная). Понимание сути происходящего невозможно без анализа предпосылок — знакомства с характером отношений противостоящих сторон до того, как эти отношения достигли критической фазы. «Этнические конфликты, — подчеркивают политологи Брюс Аллин и Стивен Уилкинсон, — зачастую рождаются на фоне исторически сложившихся притязаний и недовольств, когда каждая из групп по-разному истолковывает свое положение, историческую роль и законность претензий на определенную территорию». Интерпретация прошлого в этих случаях обусловлена интересами настоящего, и задача журналиста — указать не только на существование подобных различий, но и на то, что эти «исторические контексты» как раз выступают как движущие силы конфликта.

Идее национального самоопределения телевидение не должно позволить перерастать в доктрину превосходства одного народа

над всеми прочими. Граничащие с фашистскими расовые теории нетерпимости к «иноподобным» не могут звучать с экрана, а если туда проникают, то не могут не встретить противодействия со стороны других участников передачи и самих журналистов. С другим случаем телевидение рискует оказаться проводником национал-шовинистских представлений.

Репортеру, действующему в зоне этнического конфликта, требуется профессиональная осторожность, чтобы не выдать мнения или поступки отдельных людей, придерживающихся подобного мировоззрения, за мнения или поступки общественных групп, что может привести к беспочвенным обобщениям («армяне претендуют...», «азербайджанцы требуют...»).

Анализ конфликта и возможностей его разрешения предполагает участие в передаче экспертов и независимых политологов (в том числе и этнических представителей), способных объективно оценивать положение.

Вооруженные столкновения и цензура

Когда конфликтная ситуация перерастает в вооруженное столкновение, информационная политика телевидения становится для обеих сторон политикой жизни и смерти. «Я не знаю, где правда. И кто возьмет на себя право сказать, что он один знает всю правду... Ненависть растет не без нашего участия, не без участия журналистов, — признается руководитель северо-кавказского пресс-центра, действовавшего во время осетино-ингушского столкновения, А. Черкизов. — Наша задача сводилась к одному — 'уменьшить роль средств массовой информации... Цензура есть нарушение всех законов, но она спасает жизни людей».

Выступления против подобных цензурных попыток контролировать информацию (дабы предупредить поток псевдоинформации) опираются на веские возражения. Замалчивание конфликта, считают эксперты, стимулирует интерес к любым сообщениям, в том числе и к слухам, обретающим статус истины, а также пропагандистским изданиям и каналам, прибегающим к намеренным искажениям. Телевидение теряет доверие зрителей («что они от нас скрывают на этот раз?»). Телекомпания, берущиеся решать, что можно показывать, а чего нельзя, нередко действуют

против самих себя, поскольку скрытые факты со временем станут явными, а не оглашавшие их каналы массовой информации ассоциируются с политикой стран, которые они представляют. (Так замалчивание ингушской трагедии, подчеркивают эксперты, с точки зрения ингушей явилось лишним свидетельством московской «просетинской» ориентации»).

Однако все эти аргументы, пускай даже вместе взятые, не стоят цены одной человеческой жизни.

Самодисциплина журналиста, оказавшегося в «горячей точке», безусловно цивилизованнее цензуры. Но это справедливо лишь в условиях «цивилизованного» массового сознания, сформированного в гражданском обществе. Никакое мнение нельзя утаить от публики и не надо его утаивать, как и несогласие с этим мнением, полагают сторонники свободного рынка идей, уверяя, что здравый смысл в гражданском обществе рано или поздно одержит верх. «Но для нас это всегда будет слишком поздно, — возражают их оппоненты. — Когда уровень общественной нравственности ниже «цивилизованной» нормы, государству необходимо вернуть себе те права, которые были передоверены демократическим институтам, не сумевшим справиться со своей задачей».

Поведение журналиста в экстремальных условиях определяет в итоге тройная зависимость — от общественного самосознания, его собственного самосознания и от той ситуации, которой посвящается репортаж, идет ли речь о гражданских волнениях, этнической розни или о войне. Подобные ситуации не только объекты деятельности журналистов, но нередко, повторим еще раз, — ее результаты: (Войне в Югославии предшествовали жестокие сражения в телеэфире, где каждая из сторон работала «на уничтожение» оппонента).

Военные действия

Введение цензуры во время войны, обусловленное соображениями национальной безопасности, не означает невозможности объективного освещения хода событий. Знаменитые репортажи Питера Арнетта (Си-эн-эн) по ходу войны в Персидском заливе подверглись иракской цензуре, и это обстоятельство постоянно подчеркивал журналист, давая возможность зрителю догадаться о том, что осталось за кадром.

Непредвзятая позиция документалиста, выступающего как «беспристрастный» корреспондент, вызывает настороженность по обе линии фронта, но понимание того, что такому свидетелю аудитория верит больше, заставляет полевых командиров содействовать ему в сборе фактов, тем более, что каждая из сторон уверена в собственной правоте.

«Чем раньше ты научишься работать, не беря на себя миссию судьи, тем лучше. Если ты намерен судить, ты никогда не услышишь, что тебе говорят», — считает Джана Шнайдер, американская фотокорреспондентка, за девять лет побывавшая в восемнадцати войнах. Под Сараевым ее расстрелял из укрытия сербский танк, хотя в руках у корреспондентки не было ничего, кроме камеры. С тех пор она носит в себе око-

ло сорока осколков. «Эта грязная война еще и потому, что в ней участвовали все. Включая журналистов, которые повторяли то, что им говорили другие. Этого иногда достаточно, чтобы стать знаменитым. Но это не журналистика. Это род развлечения».

Документалист, готовый принимать во внимание доводы лишь одной из сторон, становится ее информационным органом. Такая позиция не требует личного мужества. Труднее и достойнее сохранять свою верность истине, не поддаваясь мнению большинства. «Когда остается выбор: или ты говоришь правду, или делаешь вид, что не замечаешь ее, — заключает Джана Шнайдер, — кто-нибудь всегда выбирает правду. Кто-нибудь всегда берет на себя смелость напомнить власти о долге, а обществу — об идеалах».

ЭТИЧЕСКИЕ КРИТЕРИИ СИ-БИ-ЭС НЬЮС (США) В ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ

ДЕМОНСТРАЦИИ, МЯТЕЖИ И ДРУГИЕ ГРАЖДАНСКИЕ БЕСПОРЯДКИ

Существует такая точка зрения, что телевидение посредством присутствия камер, осветительной техники и персонала возбуждает или усугубляет беспорядки. Такое мнение базируется в основном на утверждении, согласно которому отдельные лица или группы людей, стремящихся рекламировать свою позицию, когда «красуются» перед камерами и микрофонами.

Если бы мы проигнорировали все события, которые в некоторой степени предназначались для нас (по выбору времени, своему характеру или другим факторам), то мы никогда не смогли бы передать пресс-конференцию или осветить по существу любое другое событие, за исключением ураганов, наводнений или других природных бедствий. А наш журналистский долг, конечно, обязывает нас освещать беспорядки, которые заслуживают этого с точки зрения передачи новостей. Однако чрезвычайно важно, чтобы мы делали это:

1) в качестве репортеров, а не участников;

2) с полной объективностью, точностью и сдержанностью; и

3) настолько незаметно и ненавязчиво, насколько это позволяют обстоятельства.

Поскольку такие проблемы являются разнообразными и сложными, достижение этих целей не может быть гарантировано подробными и выполняющимися автоматическими правилами. Вместо этого каждая ситуация требует осторожных суждений с места события. Следующие установки, которые вырабатывались в течение многих лет, должны помочь вам сформулировать такие суждения:

— По возможности используйте для перевозки оборудования и персонала к месту беспорядков автомобили без опознавательных знаков.

— Размещайте свое оборудование как можно незаметнее; полностью используйте преимущества, связанные с гибкостью, которые дает такое оборудование, как микрофоны направленного действия, радиомикрофоны, усилители цветного освещения, миниатюрные камеры и записывающие устройства.

— Если вы считаете, что ваше присутствие определенно возбуждает, способствует продолжению или усугубляет опасные

или потенциально опасные беспорядки, то маскируйте камеры и микрофоны независимо от того, что могут делать другие компании, передающие новости.

— Используйте освещение только тогда, когда это чрезвычайно важно для освещения важных аспектов репортажа. Обязательно выключайте осветительную аппаратуру, если создается впечатление, что она возбуждает, способствует продолжению или усугубляет опасные или потенциально опасные беспорядки.

— Работайте как можно тише, сводите к минимуму разговоры друг с другом.

— Будьте сдержанными, проявляйте нейтральность и беспристрастность в комментариях и поведении, несмотря на словесные и/или физические оскорбления, которые могут наносить вам участники беспорядков.

— Избегайте репортажей о «лидерах», которые сделали себя таковыми и которые, судя по всему, представляют только самих себя, или о любых отдельных лицах или группах людей, которые явно «красуются».

— Освящайте беспорядки точно так, как они происходят, избегая каких бы то ни было инсценировок; не обращайтесь с какими бы то ни было просьбами или предложениями, которые могут каким-либо образом побудить участников либо что-то сделать, либо воздержаться от каких-либо действий.

— Подчиняйтесь всем указаниям полиции, однако немедленно докладывайте Президенту или Старшему вице-президенту Си-Эн-Ди о любых указаниях, которые, по вашему мнению, имеют своей целью главным образом манипулировать новостями и замалчивать их.

— Проявляйте заботу о своей физической безопасности. Хотя мы стараемся не допускать, чтобы угрозы применения насилия препятствовали освещению событий, действующая в настоящее время политика ставит здоровье и безопасность сотрудников Си-Эн-Ди выше возможности срыва репортажа. Поэтому вы сами должны хорошо оценить возможность получения телесного повреждения и затем решить, какая из следующих альтернатив наиболее уместна: 1) продолжить репортаж или 2) перейти в менее опасное место, которое все же позволит продолжить репортаж или 3) оставить место событий.

— Сообщайте о беспорядках сдержанно, основываясь на фактах, а не на эмоциях.

В этих целях:

1. Освещение беспорядков в прямом эфире запрещается, если оно не будет заблаговременно одобрено Президентом или Старшим вице-президентом Си-Эн-Ди.

2. Не начинайте репортаж о беспорядках до тех пор, пока не будут внимательно и сдержанно оценены степень серьезности ситуации, размер ущерба, а также количество и настроения участников.

3. Не используйте такие подстрекательские модные словечки или фразы, как «зверства полиции», «разъяренная толпа», «вспышки насилия» и т.д.

4. Не называйте беспорядки «мятежом», если этот термин не подкрепляется размером и интенсивностью беспорядков.

5. Не сообщайте как о фактах слухи (например, о снайперской стрельбе), показания и суждения «очевидцев» — участников событий до тех пор, пока не будет отдельно и авторитетно подтверждена их точность.

6. Факты должны подаваться в истинном свете. Если, например, мы сообщаем, о демонстрации из 100 студентов в студенческом городке, насчитывающем в общей сложности 3000 студентов, то в сообщении следует включать обе цифры.

7. Обеспечивайте контекст репортажа за счет максимально быстрого и полного сообщения личности участников, сведений о них, а также вопросов и обстоятельств, которые предшествовали беспорядкам или привели к ним.

8. Компенсируйте заявление участников или их сторонников противоречащими им заявлениями (если таковые имеются) из других ответственных источников.

9. Не сообщайте точного места беспорядков или потенциальной горячей точки, если это явно и фактически не связано с репортажем.

ОГРАНИЧЕНИЯ ПРАВИТЕЛЬСТВА, СВЯЗАННЫЕ С ПОДАЧЕЙ НОВОСТЕЙ (12 ДЕКАБРЯ 1985 ГОДА)

Учитывая ограничения, налагаемые правительством при освещении продолжительных и важных событий, обязанностью компании Си-Би-Эс Ньюс остается сообщать новости настолько это возможно полностью, объективно и точно и не нарушать

принципов Си-Би-Эс Ньюс, придерживаясь следующих основных направлений в политике:

1. Как и всегда компания Си-Би-Эс Ньюс будет уважительно, но решительно протестовать против ограничений со стороны любого правительства свободы подачи новостей, включая использование силы, угроз, блокирование доступа или трансляции или другие виды цензуры.

2. Сотрудники Си-Би-Эс Ньюс перед лицом любых таких ограничений свободы репортажа будут добросовестно подчиняться приказам соответствующих должностных лиц, призванных обеспечить соблюдение закона.

3. Сотрудники Си-Би-Эс Ньюс будут просить разрешения освещать события в соответствии с законом. Если запрещается вести радиорепортаж или использовать телевизионные камеры, то корреспонденты или сотрудники должны обратиться к самому высокому должностному лицу на месте событий за разрешением. Если и после этого разрешение не будет получено, то об этом инциденте следует как можно быстрее сообщить в ответственное бюро Си-Би-Эс Ньюс. Следует получать разрешения для персонала Си-Би-Эс Ньюс освещать событие без камер, используя записи и записывающие устройства, так, как это дают пишущие журналисты.

4. Корреспондент, вынужденный сообщать о событии без изображения и звука, должен приложить все усилия, чтобы рассказать о событии, используя яркие репортажи с места событий, интервью с очевидцами и аналогичные приемы.

5. Каждый раз, когда нам не дают разрешения освещать событие, которое, по нашему мнению, заслуживает этого, или когда материал подвергается цензуре, такой факт должен включаться в любой предлагаемый сценарий. Если сотрудникам Си-Би-Эс Ньюс угрожает полиция, их задерживают или арестовывают, то такая информация также должна включаться в любой предлагаемый сценарий.

6. Окончательная ответственность за содержание любого материала, заслуживающего освещения, лежит на руководстве Си-Би-Эс Ньюс в Нью-Йорке, которое решает, какие события будут освещаться, а также такие вопросы, как включение фактов относящихся к ограничениям прави-

тельства в отношении освещения события; использование дополнительных материалов, имеющих отношение к событию, и пояснительного материала, имеющегося в Соединенных Штатах, который усилит репортаж и сделает его более достоверным.

РЕПОРТАЖИ О ТЕРРОРИСТАХ (7 АПРЕЛЯ 1977 ГОДА)

Поскольку факты и обстоятельства в каждом случае неодинаковы, не существует конкретных, выполняющихся автоматически правил подхода к репортажам о террористах и заложниках. Си-Би-Эс Ньюс будет и впредь использовать обычные критерии передачи новостей, и если, как это очень часто бывает, такие события заслуживают освещения, то мы должны продолжать сообщать о них, несмотря на опасность их «вредного влияния». К недостаткам замалчивания таких событий среди прочего относятся:

1. Нежелательные акценты, влияющие на доверие к нам («Что еще репортеры утаивают от нас?»);

2. Повод для распространения сенсационных и ошибочных слухов ;

3. Искажение наших взглядов на передачу новостей для удовлетворения посторонних целей.

Тем не менее, такие репортажи должны быть обдуманными, добросовестными и сдержанными. Очевидно, что такое событие не следует делать более сенсационным, чем оно есть на самом деле. Мы должны проявить особую осторожность в том, как мы подходим к террористу или похитителю.

Ниже следуют более конкретные рекомендации:

1. Неотъемлемым компонентом освещения события являются требования террориста/похитителя, и мы должны передавать такие требования. Однако нам не следует давать террористу/похитителю чрезмерную возможность высказывать свои требования. Так, если такие требования излагаются не в сжатой форме и они не свободны от риторики и пропаганды, то, возможно, будет лучше перефразировать их, а не передавать непосредственно с голоса террориста/похитителя или транслировать их по телевидению.

2. Не следует давать репортажей о террористе/похитителе прямым эфиром, так

как мы можем попасть в ловушку и пред-оставить ему/ей неконтролируемую воз-можность высказывать свои требования. Исключением являются самые вынужден-ные обстоятельства, и в этом случае необ-ходимо получить одобрение Президента Си-Би-Эс Ньюс, в отсутствие Президен-та — согласие Старшего вице-президента Си-Би-Эс Ньюс. (Это не ограничивает пря-мые репортажи корреспондентов Си-Би-Эс Ньюс прямо с места событий, однако следует проявлять осторожность, чтобы га-рантировать сдержанность и контекст).

3. Сотрудники компании Си-Би-Эс не должны забывать о том, что у властей, ко-торые работают с террористом, может по-явиться потребность позвонить по телефо-ну, поэтому они должны постараться вы-яснить, когда это возможно, не может ли использование нашими сотрудниками та-ких линий связи помешать властям поль-зоваться средствами связи.

4. Ответственные представители Си-Би-Эс Ньюс должны приложить усилия, чтобы связаться с экспертами по ситуаци-ям и заложниками, чтобы выяснить, есть ли у них какие-либо рекомендации по сле-дующим вопросам: каких фраз следует из-бегать, какие вопросы или сообщения мо-гут усугубить ситуацию и т.д. Любые та-кие рекомендации со стороны властей на

месте события должны быть внимательно рассмотрены, и сотрудники Си-Би-Эс Ньюс должны считать их руководством к дей-ствиям (но не распоряжением).

5. Местным властям следует сообщить имя или имена сотрудников Си-Би-Эс, с которыми они могли бы связаться, если у них появятся новые рекомендации, если они захотят заняться такими деликатны-ми вопросами, как телефонный звонок ре-портера террористам, или если возникнут другие проблемы, которые могут помешать властям иметь дело с террористами.

6. Здесь также уместны рекомендации, затрагивающие освещение нами граждан-ских беспорядков, в особенности это отно-сится к таким рекомендациям, как недопу-щение использования подстрекательских модных словечек или фраз, распростране-ния слухов и т.д. Также, как и в случае с политикой, касающейся гражданских бес-порядков, во время репортажа о заложни-ках корреспонденты должны подчиняться всем распоряжениям полиции, однако не-медленно докладывать своему руководству обо всех таких распоряжениях, которые на-правлены на манипулирование новостями или их замалчивание.

*Интервью. Этические критерии
создания радио и телевизионных
программ. М., 1995.*

«ВСЕ НАЧАЛОСЬ С ВОЙНЫ СЛОВ...»

КАК УЦЕЛЕТЬ РЕПОРТЕРУ В «ГОРЯЧЕЙ ТОЧКЕ»

В Великой Отечественной военные корреспонденты были в погонах, знали, что «наше дело — правое», писали страстные статьи и погибали иногда с автоматом в руках как бойцы. За Родину.

Сегодня наши коллеги погибают во внутренних войнах на территории бывшей Ро-дины как репортеры, просто информирующие своих читателей о происходящем в горя-чих точках.

Честный, беспристрастный журналист для воюющих сторон — нежелательная и подозрительна персона, и его подстерегает масса опасностей, включая шальную пулю.

Как уберечься от них? В свое время (1992, №10) мы напечатали руководство по без-опасности, подготовленное Международной Федерацией журналистов (IFJ). Недавно по-добную брошюру издал Фонд защиты гласности — «Горячие точки. Справочник для жур-налистов» (Москва, 1995): предыстория конфликтов в различных регионах бывшего СССР, необходимые телефоны и адреса, советы журналистам (в т.ч. медицинские).

Предлагаем в досье коллег фрагменты из этой брошюры.

*Эта книга не учебник, скорее задачник,
В ней есть ответы на некоторые
простенькие задачки, но они,
мы очень на это надеемся, помогут тебе*

*разрешить более сложные, и ты поделишься
с коллегами более точными ответами.
Это поможет кому-то сохранить
профессиональную честь, а иногда и жизнь.*

Не спешим всем верить. Это не значит, что любую предварительную информацию нужно игнорировать. Просто нужно все перепроверять...

Не только неудобно, но и порой опасно ехать в зону конфликта, не зная обычаев народа, о котором ты собираешься писать. Не ответив на приветствие в кавказском селе, ты невольно отстраняешь себя от нужной информации и даешь сигнал ложной тревоги: осторожно, на нашей земле чужой.

Конечно, невозможно сразу усвоить все обычаи и нормы поведения. Поэтому выбери из собравшихся человека примерно твоего возраста и старайся копировать его поведение по отношению к другим (при этом помни, что ты чуть выше рангом, ибо носишь звание гостя). Ты никого не хочешь обидеть, но можешь сделать это не только своим отказом о чем-нибудь, но и слишком быстрым согласием.

Все это не обязательно чревато конфликтом, но может привести к тому, что ты не получишь нужной информации.

Никогда не бери в руки оружие, не принимай в подарок атрибутику, связанную с войной.

Оружие журналиста — перо и слово. Все лишнее может вызвать подозрение в твоей причастности (или сочувствии) к той или иной конфликтующей стороне.

Не рвись повстречаться с высшими руководителями страны, о которой пишешь. Власть может быть совсем не тем, а гораздо ниже. Например, в руках полевых командиров. Порой простой крестьянин и его семья могут владеть более объективной информацией.

Помни! За каждым твоим поступком следят. Вслушиваются в твои суждения, вчитываются в твои статьи. Тебе могут простить критику, но никогда не простят лжи и выдумки. Твоя первая поездка может оказаться последней.

ГРУЗИЯ-АБХАЗИЯ

Постарайся не ездить в «горячие точки» с официальными делегациями. Они делают там свое дело, а мы должны делать свое.

Не спеши встретиться с первыми лицами региона. Пойди в парикмахерскую, в кофейню, в чей-то дом. Слушай, а не говори.

Не спеши доставать из сумки перо и блокнот во время разговора — это может быть воспринято как твое оружие против кого-то.

Сразу скажи себе, что ты ничего не понимаешь, говори это всем, с кем встречаешься.

Никогда не говори себе, что ты все понял, — это опасно для тебя и для других. Вся понять невозможно.

Если можешь спасти человека (даже если он в чем-то виновен), спаси!

Сегодня мир в Абхазии пока мнимый. Война поселилась в каждом человеке. Началась она не вчера. Взаимные обиды копились веками, но все началось с войны слов...

Не настраивайся ни проабхазски, ни прогрузински. Виновны все и никто.

Война сделал многих жестокими, а многих больными. Анаболики, которые давали бойцам перед атакой, теперь стали для многих из них каждодневной потребностью. Таких опасайся больше, чем хладнокровных грабителей и мародеров — с ними еще можно договориться.

Комендантский час — не ограничение твоей свободы, а попытка властей взять под контроль разрозненные вооруженные группировки.

Постарайся узнать как можно больше о судьбе живых и пропавших без вести.

Не ходи по данным тебе адресам мирных жителей без сопровождения властей или без авторитетных полевых командиров: в доме могут оказаться другие люди, которые могут заподозрить тебя в покушении на их трофеи.

Не фотографируй без разрешения — это воспринимается как бесцеремонное посягательство на обычаи.

Если ты вошел в чей-то дом, то семья берет на себя ответственность за твою жизнь и честь. Не делай ничего, не посоветовавшись с хозяевами этого дома.

Ты не историк, а журналист, потому старайся не вступать в полемику о границах страны и происхождении ее народа.

Привези из командировки только правду, неправда — союзница войны.

РОССИЯ-ЧЕЧНЯ

**Как следует вести себя
во время «точечных бомбометаний»**

1. Если над вами появился штурмовик, вы можете определить во что или в

кого он стреляет, по следующим признакам: след выпущенной ракеты имеет вид огненной линии — значит, она летит не в вас, а в сторону. Если след ракеты, как огненный шарик, — значит, НУРС летит прямо в вас, и в этом случае так же, как и в первом, следует немедленно упасть, ибо только это может спасти вам жизнь. Куда придется лечь, не имеет ровным счетом никакого значения, забудьте о грязи под ногами — жизнь важнее.

2. Если ракета упала где-то недалеко, не вздумайте тут же бежать туда. Во-первых, это совершенно не интересно, а во вторых, российские асы имеют обыкновение бить по одной цели дважды: они заходят на второй круг, дожидаются, пока соберется как можно больше любопытных и стреляют во второй раз.

3. Самое лучшее место в автомобиле — у дверцы. Кроме того, если вы услышали гул приближающегося самолета, машину следует немедленно остановить, выскочить, отбежать подальше и упасть, потому что любимая мишень российских асов — движущиеся автомобили.

*Из публикации в «Общей газете»,
№1, 1995 г.*

Сейфали Ахунов, корр. Посфактума

ТАДЖИКИСТАН

1. Прежде, чем обратиться к таджику, следует обязательно поздороваться с ним — «Здравствуйте», или «Ассалом алейкум!» (мир вашему дому).

2. Несмотря на летнюю жару, мужчины не следует появляться в шортах — это болезненно воспринимается. Женщинам тоже советуем одеваться не слишком открыто и вызывающе.

3. В любой дом можно попроситься на ночлег — при условии, если в нем находится хотя бы один мужчина или юноша не моложе 10-12 лет.

4. Если вы приглашены в гости, вам предложат вымыть руки, после чего воспользуйтесь предложенным вам полотенцем. Не стряхивайте воду с рук, болтая ими в воздухе — это считается жестом неуважения к хозяевам дома.

5. В отличие от традиций других стран в Таджикистане гость может сидеть на том месте, где ему нравится, не боясь обидеть старейшин.

6. Если вы остались в гостях на ноч-

лег, ни в коем случае не пытайтесь заплатить за еду и приют — иначе вы обидите хозяев.

7. Если вместе с вами в дом хозяина пришли другие гости, возможно, они захотят совершить обряд молитвы. При этом вам не следует громко говорить или смеяться.

8. Хозяйка таджикского дома, по обычаю, не присутствует за столом с малознакомыми гостями. Не следует настойчиво упрасивать ее присоединиться к застолью.

9. Если вас принимают не в доме а в мечети, в специальной комнате для гостей — ни в коем случае нельзя пить спиртные напитки и курить.

10. Если вы попали в селение, где незадолго до вашего приезда были похороны, тем более если хоронили молодого человека, нельзя включать радио, телевизор, особенно слушать музыку ни в доме погибшего (или умершего), ни в доме его соседей.

11. Хлеб в таджикском доме — самое святое. Старайтесь обращаться с ним бережно.

12. Если вы хотите поговорить с хозяйкой дома, то обратитесь сначала к ее мужу или взрослому родственнику.

*Из материалов конференции
«Журналисты в зонах военных
действий и конфликтов»,
проходившей в Бухаресте 9.11.1994 г.
(организаторы — Международный
институт прессы и Радио Румынии)*

«ГОРЯЧАЯ ЛИНИЯ ДЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ» (информация Международного Красного Креста для всех журналистов)

В результате соглашения, достигнутого в Монперле (Швейцария) в 1985 г., Комитет Международного Красного Креста образовал подразделение «Горячая линия» для связи со средствами массовой информации, а также для оказания им необходимой помощи.

Если журналист попал в плен или пропал безвести, в МКК может обратиться а) семья журналиста, б) редактор, в) общественная организация.

**ICRC Press Division «HOT LINE»
17, avenue de la Paix
CH — 1202 Geneve, Switzerland
tel: (4122) 730-23-09
fax: (4122) 734-82-80**

При обращении к «Горячей линии»

необходимо быть готовым дать следующую информацию:

- Ф.И.О. журналиста
- место и дата рождения
- предполагаемые обстоятельства (пропал без вести, плен, гибель)
- наименование организации, в которую вы обращались.

РЕКОМЕНДАЦИИ

***Международного института прессы
(Вена, Австрия) для журналистов,
работающих в зонах
вооруженных конфликтов***

Ситуации, особо опасные для журналистов: бомбежка, артобстрел, шальная пуля, арест случайный или намеренный, возможность пропасть без вести и т.д.

К тому же закон не всегда может защитить их права.

Подготовка и общие правила

1. На работу в зону конфликта должны отправляться специальные корреспонденты, хорошо изучившие обстановку в регионе, предпочтительно с большим опытом работы в горячих точках.

2. Как правило, журналист должен знать историю региона, его географию и обычаи местного населения. Он должен знать, кто с кем воюет.

3. Желательно знание местных языков.

4. Подготовка должна включать в себя подробную беседу с редактором, курирующим эту зону, и экспертами, знакомство со специальной литературой (справочники, пособия, исторические обзоры), а также подбор необходимых лекарственных препаратов.

5. Во время передвижения в зоне международного конфликта регулярно поддерживайте связь со своим шефом в редакции. В случае осложнения незамедлительно покидайте зону риска.

6. Ты важнее, чем газетный материал. Ни один материал не стоит твоей жизни.

7. Если власти не могут гарантировать вашу безопасность, покиньте страну.

Правила поведения во время боевых действий

1. Никогда не берите в руки оружие!

2. Никогда не показывайте ни на что пальцем — его могут спутать с оружием.

3. Никогда не скрывайте от окружающих, кто вы есть на самом деле, — это

вызывает подозрение и может подвергнуть риску ваших коллег.

4. Убедитесь в том, что вы знаете местное значение символов, подобных белыми красным флагом, световым сигналам и т.д.

5. Старайтесь, чтобы местные жители всегда правильно понимали ваши цели и намерения.

6. Никогда не пользуйтесь моделью машины, используемой армией или милицией. Проверяйте техническое состояние вашей машины и старайтесь по возможности ездить по безопасным местам. Старайтесь ездить в составе колонны из двух или более машин.

7. Четко обозначьте машину знаком «ПРЕССА» на местном языке.*

8. Никогда не мойте вашу машину — меньше будете привлекать к ней внимание.

9. Никогда не используйте пристяжные ремни, когда вы передвигаетесь в зоне военных действий, так как, возможно, вам придется выпрыгивать из машины на ходу, чтобы не попасть под обстрел.

10. Никогда не сажайте пассажиров на заднее сиденье двухдверной машины — им сложно будет выпрыгнуть.

11. Никогда не возите с собой документы или багаж, которые могут вызвать подозрение в шпионаже (например, бинокли, радиоприемники с антеннами и т.д.).

12. Всегда старайтесь выглядеть как иностранный журналист; хорошо, если у вас фото- или видеокамера.

13. Старайтесь своей аппаратурой не производить шум, напоминающие военные.

14. По возможности избегайте использование фотовспышки — она может выдать ваше местоположение.

15. Даже если вы не курите, имейте при себе сигареты для бойцов или патрулей.

16. Если вас остановит на дороге патруль и потребует «военную пошлину», дайте немного, это поможет вам избежать неприятностей.

* Данная рекомендация зарубежных коллег противоречит печальному отечественному опыту: в декабре 94-го, во время военных действий в Чечне, машина агентства Рейтер, со всех сторон имевшая выразительные надписи «Пресса», была расстреляна российскими военными. К счастью, никто из журналистов не пострадал.

17. Одевайтесь неприметно — соответствующим образом. Но должны быть варианты — иногда придется скрыться в толпе, а иногда выделиться из группы.

18. Старайтесь иметь при себе документы и разрешения от правительства и сторон — участников конфликта: это позволит вам избежать проблем на пограничных постах. А в целом побольше улыбайтесь, бредьте доброжелательны и вежливы с военными.

19. Никогда не будьте уверены в том, что другие не говорят на вашем языке: 20. Выучите фразу на местном языке: «Не стреляй, я иностранец».

21. Как можно чаще общайтесь с местными представителями вашего издания, чтобы получить больше информации и полезных советов.

Некоторые этические и профессиональные соображения

1. Профессионал должен стремиться к истине, несмотря на риск и опасности.

2. Избегайте бессмысленного риска (не лезьте на рожон).

3. Неясность цели при подготовке материала может привести вас к людям, которые не смогут гарантировать вашу безопасность.

4. Работа в отдельных регионах увеличивает степень риска. Вы должны знать всех коллег, работающих одновременно с вами в этом районе, поскольку иные могут

оказаться не теми, за кого себя выдают.

5. В редакции всегда должны знать, где вы находитесь, ваш маршрут и когда вас ждать обратно. То же самое должны знать коллеги, проживающие вместе с вами.

6. Журналист и редакция должны договориться о системе условных обозначений или ключевых слов, которые присутствовали бы в тексте во время передачи очередной информации и служили бы сигналом бедствия. В случае получения текста с подобным словом (кодом) в редакции должны понять, что журналист в опасности и его нужно срочно эвакуировать.

7. Все время думайте, как лучше написать материал.

8. Все время задавайтесь вопросом, стоит ли тот материал, который вы добываете, того риска, который с этим связан.

9. Следите за своим физическим состоянием и соизмеряйте его с теми задачами, которые вы перед собой ставите.

10. Случается, опасность подкрадывается незаметно в самых обычных обстоятельствах. Только ваши интуиция, реакция, твердость духа и везение могут помочь вам больше, чем любые пособия.

11. Ни ваш редактор, ни даже Женевская Конвенция вам не помогут, если вы не рассчитываете на свои знания и сообразительность.

Журналист. №5. 1995.

Инна Руденко беседует с Еленой Масюк

ПРЕКРАСНАЯ ДАМА В БРОНЕЖИЛТЕ

— *Как вы оказались на войне? По поражению начальства?*

— У нас на войну насильно не посылают.

— *Сами себя посылаете? Такой, не женский, характер? У вас, может быть, в детстве кукол не было — в казаки разбойники играли?*

— Нет, кукла была. Светлана...

— *Начитались книжек о войне?*

— Книжек про войну никогда не любила и фильмы военные не смотрела, и рассказы ветеранов никогда не увлекали.

— *Тогда что же вас заставило надеть бронезилет?*

— К этому как бы все шло. До Чечни была в Чернобыле, потом на ядерном полигоне в Семипалатинске, на реактивной озере в Челябинске-40, в Дагестане на холере, в Баку на перевороте, в лепрозории, долгое время занималась уголовной тематикой, объездила кучу колоний и тюрем...

— *Почему такой черный уклон?*

— Открылась возможность говорить, о чем раньше молчали. В стране где-то что-то происходит — и что, сидеть дома и смотреть это по телевизору? Я сотрудник информационной службы. Никогда бы себе не простила: идет война,

а меня там нет. Теперь Чечня — моя боль.

— *Но вот как раз боль в вашем голосе, когда вы на телеэкране, не прорывает-ся, будто рассказываете не о войне, а естественном течении жизни. Привозите сенсацию, а сенсационности, к которой сегодня так склонна журналистика, нет. У вас что, такой скупой на эмоции характер?*

— Нет. Я очень эмоциональный человек. Бывает, так взорвешься... По жизни я, наверное, другая. Не могу, например, смотреть фильмы ужасов. Не могу — и все. И у коллег, когда вижу страшные вещи, мне не по себе становится. Но когда ты сам с камерой — совсем другое ощущение. Нервы собираешь в кулак. Не хочу, не имею права нести свою эмоциональность на экран. Я должна быть скупа на слово. Вот рассказываю о женщине, у которой трое детей, ждет четвертого, дочка заболела — и она молит Аллаха, чтобы он забрал больную дочь к себе. Мать желает смерти своему ребенку!.. Ну что можно добавить к этому, скажите? Я никогда не даю своих комментариев, стараюсь не давать. Всегда рассчитываю на умного зрителя.

— *Однако, как выяснилось, не все зрители вас одинаково воспринимают. С одной стороны, вам вручают специальный приз ТЭФИ, с другой, после интервью с Басаевым — прокурорская проверка, обвинение в недоносительстве, в пропаганде насилия.*

— Когда в начале февраля я приехала в Моздок, где находился штаб командования федеральных войск, за разрешением снять фильтрационный пункт, мне прямо сказали: НТВ мы не любим, а уж Масюк тем более. Словом, персона нон грата. Прокурорскую проверку начали, как мне сказали, по письму Коржакова. Следовательно сразу же заявил, что разговаривает со мной не как с журналистом, а как с гражданкой России, то есть отменил все те положения закона о печати, где говорится о нераскрытии источников информации... Конечно, потрепали нервы... Все эти встречи, разговоры, интересы прессы. А мне надо готовить репортажи, от работы никто не освобождал, и готовить особенно тщательно. Но все эти неприятности — они закономерны. Если твои материалы идут в разрез с политикой государства — в данном случае в Чечне, — то подобные обвинения — естественная реакция государства на то, что ты делаешь.

— *Считаете ли вы свою позицию про-чеченской?*

— Нет, не считаю. Мне лично не приходилось сталкиваться с фактами преследования русских в Чечне, но вполне допускаю, что они были. Я только что вернулась из Таджикистана. Там русско-таджикская дружба пропагандируется, а по жизни русских всячески притесняют и изгоняют. Думаю, так было и в Чечне. Но не развязывать же бойню! Я сочувствую народу, которого армия лишает жизни, крова, надежды.

— *А нашим российским мальчикам, гибнущим на войне, вы что, не сочувствуете? Почему, как в этом не раз упрекали журналистов военные, да и иные невоенные тоже, вы не рассказываете о героизме солдат и офицеров?*

— Вы шутите.

— *Где-то я недавно прочитала, что у наших солдат украли победу.*

— Что победы не будет, было ясно с самого начала. Наша группа приехала в Грозный рано утром 1 января. Пробрались в президентский дворец, в бункер, потом я поднялась из бункера на первый этаж и увидела: на штурм здания идет бронетранспортер. Я не военный человек, и то сразу поняла: его же ничего не стоит подбить! Что же это за военачальники, которые посылают тяжелую бронетехнику без всякого прикрытия на штурм здания? И бронетранспортер на моих глазах, конечно, подбили.

Уже в первый день мне стало ясно: Россия не готова к этой войне. Такие силы и так бездарно используются. У солдат нет идеи. За что они воюют? Не случайно и солдаты, и офицеры сами вооружают чеченцев, продают им боеприпасы и обмундирование. И по дешевке: Нурс, например, стоит 50 тысяч рублей. А когда начались переговоры, все вообще пошло за копейки. Сама все это наблюдала.

Или такой факт, которому тоже была свидетелем: российский блокпост договаривается с чеченским отрядом, что те не будут стрелять в них: там, мол, по соседству другой пост, в него и стреляйте. Как это можно? Или еще видела, как в деревне Аллерой к чеченскому командиру Хункару приходил российский солдат — просить еду. А в каких окопах, в каких землянках всю зиму провели солдаты? Не зря нам не разрешали эти землянки снимать. Какими они вернуться с войны, наши парни? Никто победу у них не крал. Она изначально была невозможна.

— *Что еще вы поняли на этой войне?*

— Что все мы абсолютно неправы.

Что государство захочет, то оно и сделает. Мы пишем о войне, показываем ее ужасы, а государство, несмотря ни на что, как убивало, так и продолжает убивать. Какую-то беспомощность почувствовала... И разуверилась во многом. Ностальгически вспоминаю то время, когда работала во «Взгляде». Тогда была какая-то идея, хотелось все в стране переделать... Может, наивно, но хотелось хорошей жизни для всех. А теперь поняла, что этой жизни нет. Есть власть силы, власть денег.

— *Что привело вас к Басаеву, и как вы его нашли?*

— Когда произошла трагедия в Буденновске, я сразу хотела туда поехать. Начальство же сказала: мужчины сами справятся. Но так уж вышло, по разным причинам, что наши в автобус с заложниками не сели, и репортажа не получилось. Когда я через несколько дней приехала в Чечню, то, естественно, захотела встретиться с Басаевым. Была с ним знакома, уже брала у него интервью. Все говорили, что его не найти, Вольский утверждал, что Басаев вообще в Пакистане. Но, высчитав, в каких районах он может находиться, мы с оператором все же отправились на поиски. Все это, конечно, не просто. Меня там знают, но не вся же Чечня... Каждому повторяла: хочу видеть Басаева. Мне отвечали: его здесь нет и где он, не известно. Но цыганская почта все же сработала. И когда мы, пройдя по горным тропам 12 километров, заночевали в одном селе, Басаев сам пришел в наш дом. Во вторник он отпустил заложников, в субботу ночью я с ним встретилась, на следующий день интервью было в эфире.

— *Это была бомба... И все же почему Басаев пришел к вам?*

— Знаете, как раз перед его приходом хозяева дома, где мы ночевали, смотрели по видео передачи о Чечне. Там все передачи всех каналов прекрасно известны, записи пересылают из Москвы. И люди отлично знают, кто врет об этой войне, кто говорит правду. Ну как можно, к примеру, как это было на первом канале, сообщать, что президентский дворец взят, когда он не взят? А некоторые комментарии? Ну, уши вянут. Не раз от чеченцев слышала, что они уважают меня за то, что сообщаю

только факты. Таким же способом, как Басаева, я нашла и Хамзатова на следующий день после его ухода из Аргуна. Это (второе с ним) интервью было моим ответом прокуратуре. Ведь за первое, где Хамзатов говорил, что готов повторить действия Басаева, меня и обвинили в пропаганде насилия. А я считала, что это было предупреждением о возможном насилии. Но предупреждению никто не внял, и случился Аргун. Это был и мой ответ министру внутренних дел Куликову. Я снимала в Москве его пресс-конференцию и спросила, известно ли ему, где находится Хамзатов. Министр ответил: или его убили, или он сбежал. Все это прямо по анекдоту о неуловимом Джо...

— *И все же почему не ловят ни Дудаева, ни Басаева, ни Хамзатова? Как вам кажется?*

— Думаю, это очень большая политика, о которой знают немногие.

— *А то, что вы сидите и мирно беседуете с террористом, это не политика? И такая ведь возможна точка зрения. Может, стоило отступить от своих принципов и как-то высказаться? Перед вами человек, совершивший преступление.*

— Как-то брала интервью в тюрьме у матери десятилетних детей, приговоренной к смертной казни. Она убила свою дочь, другую женщину и ее ребенка. И я никак это не комментировала, просто задавала разные вопросы. Каждый человек — это человек, большой ли, маленький, преступник или святой. Не мое это дело — судить, осуждать, наказывать. Мое дело — информировать. Что касается Басаева, то я его уважаю. За храбрость, профессионализм, верность слову. Он не врет. Теперь это очень редкое качество. Я не знаю всех причин, почему он в Буденновске поступал именно так. Но одно хорошо известно: Басаев пошел в Буденновск после того, как у него погибли 11 человек семьи.

— *А как вы относитесь к утверждению, не помню, кем высказанному, что вести репортаж из бункера Дудаева — все равно, что вести репортаж из бункера Гитлера?*

— Это Грачев говорил. Ну разве можно сравнивать ту войну, Отечественную, и нынешнюю, гражданскую, и, извините, необъявленную войну? Мы же говорим: Чечня — это Россия. Мы были единственными журналистами, которые вошли в президентский дворец во время штурма и

вышли из него во время штурма. Помню, наши проводники, чеченцы, когда подошли к мосту через Терек, сказали: пройти через него можно, но кого-нибудь обязательно убьют. Мы пошли — другого пути не было. А то, что нас обвиняют... Пусть! Бункер Гитлера... А почему бы и нет? Если представить такую фантастическую ситуацию...

— *То есть, по-вашему, любую информацию можно нести на экран? Существует же, наверное, некое табу? Или журналисту все позволено?*

— Для некоторых западных компаний табу — это трупы. Показывать трупы запрещено. Я же считаю: надо показывать. Но есть границы. Они не в том, что ты показываешь, а в том, как. Нельзя педальковать на крови, смаковать ужасы, горе людское. Вот в феврале в Чечне на подъезде к Грозному, под щитом с названием города, оставшимся еще с советских времен, со всеми орденами, еще там с чем-то, лежали трупы. Больше ста. Их вывезли из города для опознания родственниками. И туда со всей Чечни съезжались люди. Как плакали женщины... Теперь, когда проезжаю это место, пусть там чисто и светит солнце, и трава зеленая, всегда словно вижу те трупы. И что, не показывать их? Мы показали. Но скупое. Во всяком случае, нет так, как это делает, скажем, Невзоров. Его позиция для меня неприемлема. Абсолютно. Натурализм — нельзя. Все остальное — можно.

— *Лена, а вы не боитесь, что эти страшные картины навсегда войдут в ваше сознание, травмируют его? У войны долгое эхо.*

— Думала об этом... Но, пожалуй, самое страшное я видела не на войне. В Москве. Во «Взгляде» снимали сюжет о моргах. Там температура — плюс 15. Теплые морги — вот это страшно.

— *Но неужели на войне не страшно?*

— По крайней мере животного страха мне испытать не пришлось. Конечно, на войне как на войне. Тем более на такой, без всяких правил. Помню, под Бамутом, после длинного, тяжелого пути — 8 часов на лошади — нас арестовала ФСК. Забрали камеру, все документы. И это несмотря на то, что было разрешение командования на съемку. И солдат с какой-то повязкой на голове, полуголый, загорал что ли, наставил на меня автомат и все передергивал затвор:

«Не приближайся, не приближайся ко мне! У меня автомат!» «Ну и что дальше? — говорю. — Что из того, что у вас автомат? Его без справки из психдиспансера не дадут». Я не стояла по стойке «смирно» под дулом того автомата, и в конце концов он опустил его... Хотя мог и выстрелить.

Знаете, что рассказывают все наши группы, побывавшие в Чечне? Чеченские посты проезжаешь спокойно, а около российских всегда думаешь: не получишь ли пулю в спину? Но не трустить же? Когда мы в тот раз, в январе, возвращались из президентского дворца во время штурма и шли цепочкой, с нами был один священник. Умолял взять его с собой. Он бежал за мной и все время толкал меня. Бежать и так трудно, бронежилет — 10 килограмм, за спиной рюкзак с аккумулятором — еще столько же, а он все отталкивает меня, все отталкивает назад. Сначала я не понимала в чем дело, а потом дошло: он же боится бежать последним. Стреляют-то обычно в последнего. Ну, я уступила ему свое место. Потом в машине он все говорил, какие мы хорошие, как он будет молиться за нас. А мне хотелось крикнуть: «Мужик ты или не мужик?» Как я не выдержала и крикнула своему оператору в Чернобыле, когда он не хотел влезть на дрезину: она сильно фонила, а я стремилась подъехать к самому реактору. Мне часто говорят: ну куда ты все время лезешь? Ты же женщина. А я часто смотрю на иных мужчин и думаю: «Ну чем вы лучше нас? Только тем, что родились мужчинами?»

— *Вы феминистка?*

— Нет, я бы так не сказала. Я просто за равные права мужчин и женщин. Но это же прямо какое-то инфекционное заболевание у наших российских мужчин — считать, что они лучше. Я была на стажировке в Америке, в Си-Эн-Эн, там совсем иное отношение к женщинам. Одна из них, Христиана Аманкур, считается самым высокооплачиваемым репортером в Си-Эн-Эн, получает миллион долларов в год, потрясающе работает в горячих точках.

— *А сколько вы получаете? Сколько вам заплатили за интервью с Басаевым?*

— Нисколько. У нас на НТВ нет системы гонораров. У нас все на нравственной основе. Многие считали, что этим интервью мы способствовали падению Ерина и Степашина. Для меня это было очень

важно. Знаете, у Аманкур оператор тоже женщина, она была ранена, ей снесло челюсть, два года говорить не могла. Но едва оправилась после операции, снова стала ездить в горячие точки. Не деньги же ее вели. Я сравнивала, что делаем мы, с тем, что делают западные женщины-репортеры, и увидела много общего. У нас схожий взгляд на войну: мужчины рассказывают о том, кто стреляет и из чего, а женщины о тех, в кого стреляют и к какому результату приводит эта стрельба.

— *Ну женщины тоже бывают разные. Взять хотя бы ту же Асланову.*

— Она, по-моему, на войну не работать ездит. Знаю и других женщин-корреспондентов, которые ищут там чисто женских приключений. Но я надеюсь, что зритель отличает то, что делаю я, от того, что делает Асланова.

— *И все же женщина на войне... Наверняка вам приходилось сопротивляться мужским притязаниям.*

— Я стараюсь не давать для них повода. Ничем не провоцировать. Я всегда занята делом. Ну, пару раз пришлось постоять за себя. А в Москве — каждый день. Особенно, когда ты за рулем. У нас ведь как? Женщина за рулем? Значит, б... Сплошное унижение.

— *И все же... Не зря ведь сказано: у войны не женское лицо. Вам быть женой, мамой, бабушкой, наконец. Какие сказки вы будете рассказывать своим внукам?*

— Так далеко я не заглядываю, живу сегодняшним днем. Глоба да и другие астрологи предсказали, что я умру в 38 лет. Мне 29. И я тороплюсь жить.

— *Не совсем обычный способ торопиться жить для молодой женщины — рваться под бомбы...*

— Я фаталист. Убить могут и в Москве.

— *А сами вы можете убить? Умеете стрелять?*

— Стрелять умею. И, говорят, неплохо. Но как началась эта война — не выстрелила ни разу. Убить не смогу. Для этого надо через что-то в себе переступить.

— *Вы часто рассказываете о войне друзьям, знакомым? Выплескиваете свои впечатления?*

— Нет. Очень редко. Зачем нагружать людей? Сейчас всем и так трудно. Каждый живет своей жизнью.

— *Часто плачете?*

— Нет. Очень редко. Почти никогда.

— *А как же вы разряжаетесь? Тусовки, газеты, телевизор?*

— На тусовки не хожу. Терпеть их не могу. Скука, пусто времяпровождение. Газеты иногда читаю, по телевизор смотрю только новостные программы. Развернешь газету — там сплетни, светская хроника, все какое-то жареное, желтизна какая-то... Это для дур. Раньше читала вас, все эти человеческие истории по письмам. А теперь ведь и письма не пишут, люди на журналистов не надеются. Любила Пескова. О чем бы он ни писал — об Агафье из Таежного тупика или о птичках, — все у него по-человечески получается, тепло... Но преемственность утеряна. И не только в журналистике. Чувства уходят... Вчера был шквал чернухи, сегодня шквал развлечений. О телевидении как прежде говорили? «О, «Взгляд»? Значит сегодня пятница». А теперь пятница — это «Поле чудес». Может, конечно, люди устали от жизни такой, им хочется отвлечься, забыться, а потом все пройдет, уляжется, и для тех, кто хочет только развлечений, будут развлечения, но будет и пища для тех, кто ждет умного, душевного разговора.

— *Как вы проводите свободное время?*

— В Москве я практически никуда не хожу. Когда вижу, как по нашим коридорам на какую-нибудь передачу идут люди, нарядные оживленные, то думаю: значит они уже адаптировались к этой жизни. А я не могу. У меня постоянное ощущение, что что-то давит, давит... И все это чужое, все эти нувориши, грязь, быдлость, которая вылезла... Кажется, что хуже всего себя в Москве чувствую. И когда очень устану, забудусь в свою квартиру, не открываю дверь, не снимаю трубку телефона. Ограждаю себя от всего. Но через три дня начинается хандра. Без работы не могу.

— *А кто самый близкий вам человек?*

— Моя бабушка. Семь лет назад она умерла, и тогда я очень плакала. Никто, наверное, так любить, так понимать меня уже не сможет... Бабушка была умная и храбрая женщина, воевала на фронте, потом как немка была репрессирована, сослана в Казахстан. Там, в Алма-Ате, я и родилась. Она была медиком, и я тоже мечтала лечить людей. Но в мединститут не поступила, хотя была пятерочницей в школе. Тогда все по

знакомству делалось. Мне и сейчас кажется, что в медицине больше бы сумела сделать полезного, чем в журналистике.

— *Вы так строги к себе, собственно, так же, как строг ваш облик на экране... Скажите, а вот недавно вы появились перед нами в шляпе. Решили смягчить свой имидж, подчеркнуть женственность?*

— То была не шляпа — обыкновенная панама от солнца. А выглядела, как шляпа. Теперь стараюсь с ней в кадр не попадать. Война и шляпа...

— *Снимаетесь вы обычно в куртке, под ней угадывается бронжилет. А сейчас так красиво, так женственно выглядите. Любите одеваться?*

— Люблю украшения: браслеты, кольца, серьги. все эти милые побрякушки...

— *Наверное, зная это, вам их дарят. Какой последний подарок вы получили от мужчины?*

— Зажигалку в форме пистолета. И еще такой чемоданчик... Евгений Киселев брал интервью у министра МВД Куликова, тот расспрашивал обо мне и просил эту зажигалку мне передать. Чемоданчиком я пользуюсь. А зажигалка не работает — нет газа.

— *Ваше первое детское впечатление?*

— Я сижу у окна и с завистью смотрю, как во дворе какая-то девочка лазит по деревьям. Росла домашним ребенком.

— *Ваша любимая книга?*

— «Мастер и Маргарита».

— *Любимый цвет?*

— Черный.

— *Любимые цветы?*

— Розы. Белые. С детства люблю белые розы.

Журналист. №5. 1996 г.

ПРИМЕЧАНИЯ:

1. См.: Пригожин А.И. Социодинамика катастроф // Социологические исследования. 1989. №3. С. 35.

2. Ахмедов Д. Дагестан, 14 мая 1970 года. Махачкала, 1971. С. 35.

3. Игнатенко С.И. Чернобыль: события и уроки. М., 1989. С. 25.

4. Остапенко Ю. Подземная буря в стране ацтеков. — В кн.: Армения: беда, милосердие, возрождение. 1990. С. 27.

5. См.: Специальный выпуск, 1 программа Армянского радио. 1989. 14 мая.

6. См.: Репортаж с Учредительского съезда Армянского общенационального движения, 1 программа Армянского радио. 1989. 6 ноября.

7. См.: Крушинский М., Проценко А. Дни скорби и мужества. М., 1989, С. 34.

8. См.: Пригожин А.И. Социодинамика катастроф // Социологические исследования. 1989. №3. С. 35.

9. Ружников В.Н. От «Радиовестника РОСТА» до информационной программы «Маяк». — В кн.: В.Н. Информационные жанры радиожурналистики. М., 1976. С. 5.

10. Бугрим В. Журналистика и новое мышление. проблемы эффективности средств массовой информации в условиях перестройки. Доклад на научной конференции в МГУ. М., 1990. С. 204.

11. См.: Гаспарян А. Возможен ли сценарий без конфликтов // Советская культура. 1990. 21 июля.

12. Летом 1992 года спровоцированная политической оппозицией многотысячная толпа пикетчиков с плакатами «Русским — русское телевидение» в течение пяти суток осаждала Останкинский телецентр, подвергая его сотрудников оскорблениям. Митирующие, вооруженные самодельными дубинками, отрезками силового кабеля и другими «аргументами» своей правоты, требовали немедленного выхода в эфир и ежедневного «Часа прозрения» по 1 каналу в интервале от 19.00 до 23.00. по истечении пяти суток пикетчики были удалены в течение получаса силами 50 милиционеров.

13. Именно это произошло в роковую ночь с 3 на 4 октября 1993 года, когда Останкинский телецентр штурмовали вооруженные сторонники низвергнутого парламента, уже захватившие мэрию. Четыре из пяти останкинских телеканалов были отключены из-за опасения, что нападающие «захватят эфир». Решение, принимавшееся без консультации с техническими специалистами, было неграмотным, поскольку информационные службы могли перебазироваться в другие здания, не говоря уже о резервной студии под Москвой. Если бы не решительные действия руководства Российского телевидения, принявшего на себя управление вторым федеральным каналом, информационный вакуум грозил привести в состояние массовой паники всю страну.

Раздел V.

ИЗ ОПЫТА ПЕРВЫХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ МЕНЕДЖЕРОВ И ПРОДЮСЕРОВ

САМАЯ ЧИТАЮЩАЯ СТРАНА НЕ ДОЛЖНА ПРЕВРАТИТЬСЯ В ТЕАТР «МЫЛЬНЫХ ОПЕР»

Способно ли ТВ помочь Президенту в создании сильного и свободного государства? Почему на самом деле наши законодатели не ограничивают влияние частного капитала на телевидение? Об этом беседует журналист Александр Афанасьев с руководителем Федеральной службы по телевидению и радиовещанию Валентином Лазуткиным.

Странно, то ли осень подействовала, то ли в особняке на Пятницкой есть что-то старомодное, по-европейски добротное, но отчего-то алые ноябрьские листья, скользкие в прохладном, тонком воздухе, остро напомнили Францию.

Это был год, когда праздновалась великая дата — 200-летие Декларации прав человека и гражданина. В последний момент меня включили в беспрецедентную делегацию — «от имени и по поручению всей советской молодежи». А делегация действительно не имела прецедента. Если для писателя Гранина, тогдашнего редактора «Литературки» Бурлацкого или посла Кашлева, очевидно, не было большой проблемы слетать в Париж, то для абсолютно невыездного академика Сахарова этот выезд после диссидентства был первым. Сенсационным.

В первый раз был выпущен на Запад и Лех Валенса. Надо было видеть физкультурные пирамиды из тел теле- и фотожурналистов, мгновенно нависшие над двумя знаменитостями. Вспышки фотокамер и юпитеров делали картину вполне ирреальной: над головами их почудились тогда то ли короны, то ли даже нимбы... Я размял с хрустом и закурил «беломорину». А кто-то из нашей делегации сказал мне прямо в ухо: «Запомни, ты видишь перед собой двух будущих президентов — Польши и России...»

Президенты? Валенса и Сахаров? Электромонтер и академик-ядерщик?

Президентов я представлял совсем по-другому. Вот рядом, в той же парадной зале, Франсуа Миттеран — да, президент. А еще больше президент — его великий предшественник, легендарный двухметровый де Голль, генерал, который когда-то тяжело ступал по этому празднично сияющему паркету...

Но чтобы рабочий и ученый? Для меня это тогда звучало почти как «рабочий и колхозница».

Я был романтичен и восторжен, как восторженна Декларация прав человека, утверждающая, будто «все люди равны по рождению».

Экземпляр Декларации, кстати, нам вручали на Старой площади перед отъездом — под расписку, как вручали бы, скажем, план секретного космодрома — под грифом «для служебного пользования» или «совершенно секретно».

Правда, тайну сию, почему-то скрываемую ЦК КПСС от народа, — про «равенство от рождения» — я, помнится, тотчас, в самолете, и оспорил. Какое равенство, когда все уже не равны от рождения по своим способностям и семейно-клановым возможностям?

Да, люди запредельно равны перед Господом Богом. Однако сами революционеры-французы развалили это божественное равенство, подменив Господа тоскливым атеизмом и куклоподобным Верховным Существом.

Конечно, ирреальное братание Запада с рабочим и академиком вроде бы подтверждало высокую идею. Но...

Президентами не рождаются, но заинтересованные люди и роковые или счастливые обстоятельства их таковыми делают.

Позже электромонтер стал-таки президентом. А академик не стал — смерть помешала, да, возможно, российский менталитет (опальный начальник, будь то боярин или секретарь ЦК, ближе русскому сердцу, нежели интеллигент-ядерщик).

Позже я прочитал в мемуарах, что де Голль тоже не готовился возглавить страну. Он произошел практически из ничего — из отчаяния в изгнании, в полной зависимости от американцев и англичан. А потом стал таким президентом и сделал такой Францию, что уже Помпиду, ничтоже сумняшеся, поздравлял французов с победой во второй мировой.

Черчилль и Рузвельт не любили де Голля. Мотивы знакомые. Отпугивали его неуправляемость, непредсказуемость, упрямство. Американцы и англичане настойчиво искали ему замену на роль будущего «спасителя» французской нации. И вишистами, предателями не брезговали. Но французы не приняли. А де Голль не поменялся — в ответ на вызов «мировой цивилизации» торчал упорно, проводил собственную политику и строил Пятую республику.

Но почему, собственно, мне вспомнился Париж и де Голль? Может, истерев в прах национальное достоинство и национальную историю, мы невольно протезируем память заимствованием чужого величия?

Может, так, может еще почему. Но я, кажется, нашел нерв, камертон предстоящего мне разговора.

Да, нерв — телевидение де Голля...

Мой собеседник, руководитель Федеральной службы по телевидению и радиовещанию Валентин Валентинович Лазуткин. Кавалер ордена Французской республики за личный вклад в развитие европейских СМИ. Авторитет прочный — и в самых широких телевизионных кругах, выше всего ставящих едкую цену «красного словца».

— *Валентин Валентинович, первый вопрос простой, но в нынешних условиях чуть ли не трагический. Чем оказался «ящик» сегодня для каждой семьи, не получающей зарплаты?*

— Да вы же сами ответили. Пока не отключена в стране электроэнергия, пока не сгорел «ящик», это почти единственная связь человека со страной, с Москвой и с миром. А уж как дергать за эту драгоценную последнюю ниточку — вот тут во-

прос... ТВ это вообще что? Это информация, просвещение, развлечение. Тут общее место, и это все для очень гармонизированного общества.

Где ветви власти отрегулировали отношения. Где просвещение — осознанная необходимость, мощно подкрепленная.

А теперь примерим это на себя. У нас в чем задача — информировать или манипулировать информацией? Можно ли отдать на волю рынка «естественную конкуренцию» развлечения и просвещения, когда индустрия просвещения порушена? Говорят, сейчас происходит корреляция на мировые процессы, отсюда самая читающая страна превращается в страну мыльных опер... Но нужна ли такая корреляция? И кто решил за нас, за меня?

Сейчас временный упадок культуры и, наверно, нужна «корреляция» не в форме добывания, а в усилении просветительской роли ТВ. И что же? В телерадиофонде «Останкино» десятки тысяч единиц хранения — они бесценны и они ветшают. А в последние годы вообще не фиксируется культура! Фонд не пополняется, записи не делаются. То есть нынешние дирижеры, режиссеры, актеры уходят в черную дыру, в истории останутся только фамилии.

Второе: где без видимых усилий выдают призы? Это признак банановой республики. Да, ТВ может быть частью культуры, а может быть и небольшим «Полем чудес» в «стране дураков». Поймите, я ничего против «Поля чудес» не имею: динамично, красочно, весело. Но какой там язык!

Во Франции, вы знаете, запрещены иноязычные заимствования в названиях программ, заведений. А у нас? У нас непременно «Брэйн-ринг», «Русское бистро», «Деревянное дерево»?

А если что-то по-русски, так это «караоке».

— *Во Франции вообще «заговор против английского языка» со времен де Голля.*

— А вспомните наше ТВ до 91-го года. Да, там был страшный идеологический бетон. Но вместе с ним выбросили за борт просвещение и культуру! А потерянное как раз сгодилось бы сегодня. Когда не хватает материальных благ — включаются духовные ресурсы. А если их еще востребовать — можно долго продержаться.

Причем вспомните — духовность работает на объединение. Если работать на

разъединение — насаждать индивидуализм, камерность, элитарность — все это накладывается на наше неустройство и детонирует.

— *А что бы вы предложили вернуть?*

— Я предложил бы вернуть пропаганду на ТВ. Я знаю, многим это не понравится. Но вот полистайте эту книгу. «Таким был де Голль». 50 бесед с великим Президентом. Вот что он говорил: «Пресса против меня, но ТВ мое!» Можно подумать, что Суслов говорит. Или еще: «Вы для кого ТВ делаете? У вас на экране черные лимузины и меха. А мы ТВ для простых людей делаем, поэтому идите в общежития, в рабочие клубы!» Вдумайтесь. Это во Франции. 62-ой год. Он «правый». И он использует французское ТВ для создания пятой республики. И первый канал французского ТВ приватизирован только в 86-м (!) А мы что, лучше живем, чем французы в 62-м? У нас жизнь отдельно, а ТВ отдельно. Почему, не стеснясь крови, насилия, мы стесняемся жизни обычного человека?

Нам неинтересна жизнь. А кого в последние годы «раскрутили»? Кто у нас национальный герой? Есть ли он? И даже герой не герой, какие-то персонажи мелькают.

Госпремии вручают — к лауреатам даже не подходят журналисты: они не интересны им.

А внешняя политика? Президент возвращается из другой страны — ограничиваемся интервью у трапа. А нужен объемный разговор в студии.

— *В последнее время, надо отдать должное, лишь коммерческое НТВ это делает — растолковывает, зачем Черномырдин признает царские долги?*

— Да, на НТВ это появилось, но в целом мы позволили себе не делать эту работу. Говорят: несовременно. Но это лукавство. Надо обновлять формы, а суть-то, функция остается!

— *Хорошо. Но все эти вопросы кому? Правительству? Президенту? Думе?*

— Прежде всего — себе. Казалось бы, мы — страна, стремившаяся к свободе и самостоятельности. Но посмотрите на экран: он таков, каким мы все позволили ему быть.

— *Каждый народ достоин своего телевидения?*

— В какой-то мере... А скоро в Рос-

сии будет две тысячи вещателей (радио и ТВ). Фактически как бы складывается общество. Но вопрос: эти вещатели станут жить кастово? Или окажутся партнерами обществу?

— *Во многом, наверное, зависит — каковы ценности у вещателей?*

— До сих пор ценность — безответная дерзость в эфире. Когда мы повзрослеем? Когда будем ценить то, что мир ценит?

Главное — погоня за тем, что стряслось, взорвалось. А миром управляют больше не взрывы, а экономическая информация. Ее очень мало. И она дается так, что могут понять только академики. И это приручение к рынку? А сопереживание? А социальная боль? Ведь ТВ есть средство быстрого реагирования. А уважаем ли мы рядовых зрителей? Эфир за полночь — для кого, для плэйбоев и безработных? В рейтинговое время — шоу и фильмы? В результате человек лишился разговора со всей страной... Часто уже местное ТВ перекрывает общероссийское. Нет, не эфиром, не рейтингом. И становится ясно: на местном канале не игра, не подделки под жизнь, а сама жизнь. И еще: зритель инстинктивно отторгает навязываемый стандарт жизни. Люди все больше переключают телевизор на малую родину.

— *Валентин Валентинович, это все вопросы вещателям. А что может сделать ваша федеральная служба?*

— Не очень много. Но может. Мы не имеем права вмешиваться в работу телекомпаний. Наше дело — протраивать будущее. Заниматься структурированием. В декабре мы проводим конференцию «Телевызов-97». Суть: ТВ и общество — для себя работаем или для страны? В Англии, скажем, очень уважают принцип саморегулирования. А способность к саморегулированию формируется вещательной средой. А что делает государство? Оберегает ТВ от влияния маргинальных флангов. От попыток манипулирования. Если государство досыта кормит свое ТВ (не перекармливает), нет неизбежности попасть под влияние коммерческого капитала. А экономическая независимость обеспечивает здоровье информации. Чиновник с нормальным окладом на порядок ниже коррумпирован. От голодного журналиста не ждите правды и искренности.

— *Валентин Валентинович, вы сейчас госчиновник. Но вы и профессионал. Как профессионально относитесь к тому, что на экране? Вот включаешь каждый вечер одну программу. И каждый вечер получаешь заставку: какие-то люди (бандиты? слуги порядка?) регулярно расстреливают толпу на улице. Это похоже на кодирование. После такой заставки все последующие «отдельные» убийства воспринимаются как детские шалости. Заставка как предупреждение: погодите еще и такое будет...*

— Крови на экране, кажется, больше чем в жизни проливается. Некрофильство страну заразило... А есть таинство смерти. Но оператор ищет точку поэффективнее. В результате разрушается психика. Вот зачем наш «Телевызов» — чтобы договориться: где границы? что точно нельзя показывать? Закон — это инструкция к компьютеру. А должна еще быть культура пользования им, иначе компьютер сгорит. Заметили, как провожаем в последний путь сейчас? Как на экране, так и в жизни: в суеде, скорей, скорей! Человек привыкает: «Буду на похоронах друга, если дела позволят, если успею...» Смерть стала бытом, а не таинством.

— *Но ведь тут договорами не решить. Повторяю, я уверен — больше всего зависит от того, какие ценности признает для себя вещатель. Мне рассказывали, на одном канале было введено правило: не принимаются даже к рассмотрению программы не имеющие зарубежных аналогов! Не будем говорить о смехотворной стороне дела: предлагать лишь то, что «слизнули», скопировали. Гораздо серьезнее — на Западе, как бы мы ни хотели, абсолютно другая реальность. Глава Инкомбанка Виноградов как-то справедливо заметил: на Западе не хватает острых ощущений, вот они и выдают суррогат телевизионного насилия. Помню свой разговор с бывшим президентом США Джоржем Бушем. Он ветеран второй мировой. И, вспоминая о войне, Буш, мудрый человек, говорил больше всего об адреналине. Это американцы! У них уже не помнят войны на своей территории. Для них война — адреналин, приключение, «ковровая бомбардировка», так уж у них получилось. Но даже и они отказываются от насилия на экране. Сейчас социологи доказывают, что насилие не притягивает (как считалось), а, напротив заставляет зрителя переключить телевизор. Мы же со своим слепым обезьянничанием добиваем морально страну, и без того плавающую в крови... С другой стороны, что поделаешь, если у нас свобода информации, а хозяин канала, посмотревшись в молодости боевиков, иначе себе и не представляет современное телевидение?*

— Можно поделаться. Это вопрос для Думы — Закон о телерадиовещании. А такого закона нет. Должно быть установлено, какую долю эфира может контролировать одна финансовая группа. Что же тогда сетовать, что кто-то делает канал «антинародным»? Но депутаты такой закон отчего-то не принимают. Причины? Кто-то просто не владеет проблематикой. Кто-то ангажирован. Кто-то боится... Как ни странно, такие вопросы начинают ставить сами бизнесмены. Национальный капитал, как он себя называет, начинает выдвигать требования: а где «его доля»? Следующий шаг — претензии на «долю» от капитала из провинции. Хотелось бы только, чтобы капитал «вкладывался», а не только «проглатывал» каналы... Все острее вопрос: что считать государственным? Рабочая группа, которая готовит сейчас «Телевызов», настаивает: нужно отказаться от двусмысленности: ТВ или государственное, или частное — иначе урод, мутант получается.

— *Ну в общем нетрудно было и сначала догадаться: принадлежи государству хоть львиная доля акций, все равно по нашей традиции государство не дает достаточно денег, следовательно, реально канал контролируется частным капиталом... Но представим, что разделение «мутанта» произойдет. Представим даже, что государство настолько поумнеет, что позаботится о самосохранении — то есть, как вы говорите, будет «кормить досыта». Что тогда? Возврат к цензуре? К новому идеологическому бетону?*

— Нет. Просто на государственном, общенациональном ТВ надо будет соблюдать несколько твердых правил. Первое — защита языка от мусора пошлости, стеба, заимствований. Второе — отношение к стране. Ведущий на общенациональном канале обязан уважительно относиться к стране, к народу, к Президенту, к флагу и т.д. Да, вопросы могут быть острые. Но хамства, шkodливости общенациональное ТВ допускать не может. Третье — обязательно работать на социальном поле. Большинство любого народа социально не защищено: дети, студенты, пенсионеры и женщины. И их интересы обязано лоббировать общенациональное телевидение. Четвертое: даже в Германии, где живут практически одни немцы, поддерживается бережный интерес к самим себе, к национальному. Что же у нас, в России? У нас варится котел народов. И вместо бережного,

мудрого отношения в этот котел подбираются гигантские порции яда. Смотришь телевизор, волосы встают дыбом: нередко всерьез обсуждаются карты XIV века!

— *Вопросы, Валентин Валентинович, мы пока адресовали всем, кроме Президента. Но ведь мы знаем нынешние социальные ожидания. В прессе постоянно звучит: если Президент, несмотря на состояние здоровья, решил пойти на второй срок, значит, у него для этого есть особые резоны. Вот Клинтон прямо говорит, что будет второй срок работать на историю, как последний президент США в XX веке. Быть может, и Борис Николаевич думает сейчас об этом? Как вывести страну из кризиса — это вопрос уже не «оперативный», но исторический. И тут, хочешь не хочешь, опять вспоминаешь де Голля...*

— Да, общенациональное, государственное, достаточно обеспеченное ТВ может помочь Президенту РФ выстроить сильное, благополучное государство, как оно помогло великому президенту Франции де Голлю.

Но для Президента важно понять сейчас реальное положение ТВ. Отказаться от мифа, будто ТВ «может все». Да, телевидение может многое, когда не вызывает раздражения. ТВ полезно, когда искренно и стимулирует искренность. А сейчас проанализируй нормальные социологи условия ТВ, и получится так: если бы усилия были менее назойливы, то и итоги выборов были бы еще более весомы. Голлизм в отношении к общенациональному телевидению прост и ясен: в рейтинговое время — только исполнение государственных интересов. Специфические интересы — на других каналах. А если уж развлечение, то на «чистом сливочном масле» — без пошлости, без унижения достоинства.

— *Но пока мы имеем то, что имеем. Старое разрушено. А новое строится так, как кто «подсуетится». Вот, скажем, как бы восприняли где-нибудь в Европе, если бы радио или ТВ делалось на русские деньги? А у нас входит в практику, в России уже гордятся, когда удастся «притащить» американские, английские деньги.*

— Хочешь быть удушенным, будь им! Перекупка СМИ происходит. Что делать? Надо начинать опять парламенту. В законе должно быть ограничение, а закона нет. Правда, попробуйте создать радио в Германии с русским капиталом — даже если

в законе нет ограничений, найдется тысяча причин, чтобы отказать. Германия оберегает себя. СМИ на чужом капитале — потенциальный источник дестабилизации страны.

— *Для «прочищения» сознания много когда-то сделали радиоголоса «из-за бугра». Но именно «из-за». Конкурируя на равных с вещанием СССР. А каковы сейчас юридические основания для деятельности той же уважаемой «Свободы» на территории России?*

— Статус «Свободы» никак не оформлен — работают на договорах со связистами, на чужих частотах, в чужое время. Но! Опять нет закона — а как должно быть? А без закона к кому апеллировать — к налоговой полиции?! А еще важна симметричность: имеет ли возможность Россия держать свое радио в США, в Европе? Не имеет. Не пустят... Мы же сейчас сокращаем иновещание (денег нет!). А мы занимали 2-3-е места в мире. Усыхает иновещание — усыхает влияние России. Уходят и частоты в Международный союз электросвязи в Женеве. А желающих их получить много. Короткие же волны, кроме иновещания, не используются нигде. Значит, что? Значит, наши частоты будут использоваться для вещания, скорее всего, на нашу страну.

— *Но ведь какие бы хорошие законы ни писали, ответ один: денег нет, мы нищие!*

— Неправда. Во многом искусственно создается ощущение нищеты. Мы неорганизованны сейчас — да, деморализованы — да. Но это вопрос не материальной нищеты. Это вопрос политической воли. Вот посмотрите, как громоздят «неодолимые» проблемы: нет, дескать, денег, чтобы оплачивать долги энергетикам. Но о чем мы говорим?! ТВ потребляет не менее 1 (!) процента всей электроэнергии. А сколько «естественным образом» теряется — колоссально!

Я уверен: придет время, и государство схватится, начнет думать о своем спасении. Мы великая вещающая держава. И телевидение, и радио должны будут стать осмысленными инструментами государственной политики. Для строительства сильного государства — с чувством собственного достоинства и достоинства граждан.

Российская газета. 7.12.1996 г.

ЗАМОРСКИЙ УСТАВ ДЛЯ НАШЕГО МОНАСТЫРЯ

«Телерадиокомпании принимают кодексы вещания, содержащие концептуальные положения их программной политики, правила журналистской этики, профессиональной ответственности сотрудников компании, требования к культурному уровню, художественному качеству и профессиональному мастерству создания теле- и радиопрограмм... Кодексы вещания не могут умалять права и свободы, установленные Законом...»

(Из статьи 25-й проекта закона «О телевидении и радиовещании», принятого в октябре 1994 года в первом чтении Государственной Думой).

Таким образом, каждый из 750 коллективов — да, именно 750 телерадиокомпаний сегодня действует в России — должен определиться: во имя чего занимает он место в эфире и в сознании своих слушателей и зрителей.

За последние три года, с тех пор, как мы остались без «руководящей и направляющей», состоялось немало числo международных конференций, симпозиумов и «круглых столов», на которых обсуждалась эта самая проблема. Если мы больше не «подручные партии», то кто же мы? Волные сыны эфира?

Ответ ищем сами. Но и зарубежные специалисты спешат передать нам свой опыт. Однако, как я замечая, многие из них приезжают в Россию со своей мечтой, с собственным представлением об идеальном ТВ. А эта мечта далеко не всегда имеет отношение к нашей отечественной практике.

Недавно довольно большим тиражом издан был солидный том «Право радио и телевидения в России. На пути к новой организации электронной прессы». Отличная бумага, 600 с лишним страниц на русском и немецком языках, составители В.Хоффман-Рим и В.Монахов. По материалам научно-практического симпозиума в Санкт-Петербурге. Практика в книге почти не затронута, зато трактовок авторской свободы — в избытке. Здесь не нашлось места для ответа на вопрос, для чего существует ТВ в обществе. Должно ли оно, к примеру, поддерживать цивилизованные нормы общения? Обязан ли работник ТВ заботиться о консолидации общества или можно «раскачивать лодку»? Следует ли

приглашать на экран людей, призывающих вернуть коммунистическое прошлое? Все это для составителей не представляется важным. Их больше всего заботит свобода, которая «представляет собой возможность защиты от государственного вмешательства в самоуправление общества и особенно в действия каждого отдельного члена общества». Может ли, исходя из этого, каждый отдельный член делать что угодно на телеэкране, проповедовать любые идеи? Видимо, да, ибо, как считают авторы, «общее благо автоматически будет защищено наилучшим образом тогда, когда каждый отдельный человек сможет реализовать свои интересы». Более того, в трактовке германских ученых «противоположная направленность интересов» есть большее благо, так как благодаря ей «устанавливается равновесие в обществе». Но ведь тут явно не учитываются российские традиции. У нас «противоположность интересов» ведет, как правило, к мордобойу, а то и к танковым залпам.

Сборник о «пути к новой организации электронной прессы» я читал параллельно с текстом отечественного законопроекта «О телевидении и радиовещании». И поразился, встретив в этом документе положение: «Вмешательство государства и его органов в деятельность телекомпаний не допускается». Но позвольте: как же эту декларацию, словно бы списанную с германского образца, применить в наших реально сложившихся обстоятельствах, когда есть коммерческое ТВ, почему-то получающее дотации от государства, и есть так называемые государственные телеканалы, которые по определению

должны защитить государственные же интересы, но внутри которых автономно плавают коммерческие структуры, творящие что им угодно? Можно ли в этой фантазмагорической ситуации слепо следовать рекомендациям со стороны? И — вот парадокс! — с той самой западной стороны, где предлагаемое нам... не приживается.

В российско-германской книге проскользнуло-таки признание: на практике свобода вещания рассматривается в ФРГ как «вспомогательная ценность» (буквально — «служашая»). Естественно, авторы книги этим недовольны. Какая же тут свобода, если Федеральный конституционный суд ФРГ требует от вещателей, чтобы они не ограничивались «индивидуальными интересами»? Какая свобода, если их обязывают «служить общему благу»? Да к тому же «удовлетворять потребности в ориентации в обществе». Не нравится это авторам-свободолюбцам! И они торопятся внушить россиянам: «Независимость должна быть обеспечена и внутри предприятий радио и ТВ», ибо, оказывается, «творческая активность журналистов возрастает», когда они «работают в условиях профессиональной независимости»...

Третий год наблюдаю, как от неограниченной свободы растет творческая активность журналиста Александра Любимова. Если в «Красном квадрате» он просто перебывал любого собеседника, то теперь во «Взгляде» скептически относится к любым действиям властей. Запрещают рекламу «МММ» — а он тут же посвящает Мавроди серию передач. Мэр Лушков дает интервью — он всем видом, тоном (а отойдя от мэра — и словом) демонстрирует неприязнь: мол, не этому мэру принадлежит будущее. Мстислав Растропович пользуется у нас нравственным авторитетом — Любимов пытается дискредитировать и его.

«Ни репортеры, ни писатели не обладают правами свободы слова. Они являются работниками, стоящими на службе у своих работодателей». Это уже из другого документа, не изданного у нас сколько-нибудь приличным тиражом. Так констатирует положение в американских СМИ профессор Николас Джонсон (по заказу Комиссии Картера — Сагалаева). Рассуждая о знаменитой Первой поправке к Конституции США («Конгрессу запрещается издавать какие-либо законы, ограничива-

ющие свободу слова и печати»), профессор поясняет: сие относится только к правительственным структурам. Это им нельзя покушаться на свободу. Что же касается издателей и вещателей — «они вольны устанавливать у себя более жесткие правила».

«Защитой Первой поправки пользуется владелец газеты, издатель, — продолжает профессор Джонсон. — Издатель и редакторы (которых он нанимает и может уволить) могут переписать статью репортера, полностью подвергнуть ее цензуре (какой ужас, господа демократы! — Г.К.) и в конечном итоге по желанию уволить такого репортера. Единственный путь для репортера получить в полном объеме права, защищаемые Первой поправкой, — это купить свою собственную газету или станцию вещания». Кстати, примерно то же самое высказал недавно на страницах «АиФа» и президент «Мост-банка» В. Гусинский по поводу финансово «курируемых» им НТВ, радиостанции «Эхо Москвы» и газеты «Сегодня»: «Да, у нас есть право вызвать редактора и сказать: «Это печатайте, а это нет», — но и у редактора есть право — в случае несогласия — положить заявление об уходе». Ну, а дальше — по американской демократии: «купить собственную газету или станцию вещания».

Американские «левые», естественно, недовольны своим ТВ. Зачем, к примеру, при Белом доме постоянно работают две сотни репортеров, в том числе съемочные группы всех ведущих телекомпаний? Ведь получается ежедневная бесплатная реклама президента, репортажи «о перемещении президентского тела в пространстве». Интересно, были бы эти прогрессивные критики довольны практикой нашего ТВ, когда «президентское тело» на многие недели вообще выпадает из поля зрения телекамер?

Виднейший американский писатель Норман Мейлер называет журналистов «благовонщиками и лакировщиками». За то, что не вскрывают они социальные язвы, переводят любой конфликт в русло дискуссии. Опять же интересно, понравились бы ему те же наши Любимов и Политковский, вещающие по государственному каналу ТВ, но находящиеся в оппозиции государственной власти? Наверняка он руками бы развел в недоумении: как такое может быть?

Кстати, быть в оппозиции — вовсе не значит отвергать с порога любые действия власти. Чтобы критически оценивать действия кого-либо, надо хотя бы в них немного в них разбираться. Помнится, студент журфака МГУ Политковский говорил преподавателям: не хочу слышать о социальных проблемах, об экономике и политике, я спортивный репортер, мое дело — кто кому забил мяч, кто за сколько дистанцию пробежал. И действительно, после МГУ семь лет Политковский был спортивным репортером. А потом с этим багажом и с праведным гневом на лице — в политику оппозиционного толка.

Что ж: так нас учили, так мы жили. Непримируемость культивировалась, считалась добродетелью. Знания подменялись классовым чутьем. Если кто из западных доброхотов-советчиков подзабыл — можно напомнить, на каких «уроках парламентаризма» воспитывалось наше общество.

«Депутаты, простые питерские пролетарии (Бадаев и другие) приезжали к Ленину за границу и говорили: мы желаем заниматься серьезной законодательной работой, нам надо посоветоваться с вами на счет бюджета, обсудить какой-то законопроект. В ответ на это тов. Ленин искренно хохотал. А когда они, смущенные, спрашивали, в чем дело, тов. Ленин отвечал Бадаеву: миляга, зачем тебе бюджет, поправка, кадетский законопроект? Ты, чай, рабочий, а Дума — для зубров. Ты выйди и скажи на всю Россию попросту про рабочую жизнь... Ты брось этой черной Думе в лицо: «негодяи и эксплуататоры». Ты внеси им «законопроект» такой, что через три года мы вас, черносотенных помещиков, повесим на фонарях... Такие уроки парламентаризма давал депутатам тов. Ленин». Напечатано это в 1924 году, по горячим следам. Как видим, уроки восприняты. И к нам теперь — с опытом стран, где газоны стриженные, а тротуары вымыты с мылом?

Как-то на выставке посуды видел я изрядных размеров стакан для водки с такой надписью: «Что русскому здорово, то немцу смерть». Читая рассуждения о свободе телевидения со ссылками на Канта и Гегеля, думаю: что немцу здорово, то русскому не дай Бог. Государство, полагают авторы рекомендаций из ФРГ, «должно предусматривать меры для того, чтобы интересы всех общественных групп, в том числе и маргинальных групп и других

меньшинств, находили доступ к средствам коммуникации». В нашем законопроекте это веяние «со стороны» тоже учтено: одним из принципов организации вещания в России признан и учет мнений различных групп населения. Но как же не принимать во внимание того, что уже сегодня, до превращения проекта в закон, происходит с этим «группизмом» у нас?

Некоторые группы в эфире заметны и весьма активны. Взять тех же маргиналов (то есть в буквальном переводе «находящихся на краю», отвергающих нормы общества, в которое они не желают входить). Маргинальная личность, считают политологи, тяготеет к созданию антиобщественных объединений с перевернутой системой ценностей. А в последнее время маргиналы пытаются подчинить себе традиционные сообщества. Маргиналов много. Каждый, покинувший родное село или республику и «зацепившийся за край» в городе. Каждый, по рождению принадлежащий к одной культуре, а живущий в другой. Или — с привычками к нетерпимости шагнувший в демократию. Выходит, чуть ли не все мы маргиналы. И прежде этого вроде бы стеснялись. Пытались хотя бы на экране говорить вежливо, осваивали слова «спасибо», «будьте любезны». Сейчас маргинал на экране даже не пыгается казаться кем-то другим. Показать бы тому умному немцу из Гамбурга, составляющему книжку, нашего Диброва: «Хэкал и буду хэкать, как моя бабушка в Ростове! Дергаю ногой и раскачиваюсь, потому что я такой» (из его интервью).

Маргинал-зритель, выдвигая своего представителя на экран, радуется, когда, скажем тот же незабвенный Дибров хамит экс-президенту Горбачеву. Он, зритель, тоже бы с удовольствием ему нахамил. Маргинальные нормы общения, таким образом, становятся как бы узаконены экраном. Теперь и в обществе их стесняться не надо — такая эмоциональная подсказка.

В Германии, вероятно, маргиналы другие. И меньшинства, надо думать, имеются в виду не те, что у нас. Мы ведь к слову «меньшинства» непременно добавляем слово «сексуальные». Как-то Владислав Листьев завел в «Теме» разговор о чересчур близких отношениях начальников со своими секретаршами. На этой передаче, как и на множестве других, в студии гордо

восседали представители того меньшинства, которое секретаршами совсем не интересуется. Просто в то время стало модно давать слово этим людям, поскольку их перестали сажать в тюрьму.

Между прочим, интеллигентные люди — тоже меньшинство. У нас на факультете журналистики часто выступают теперь зарубежные коллеги, в том числе и мечтатели-идеалисты. Одна дама, профессор Колумбийской школы журналистики, заявила: на американских телеэкранах всего шесть процентов интеллигентных лиц, что примерно соответствует их пропорции в обществе, но, дескать, на экране их должно быть больше, ибо интеллигенция предназначена оказывать мощное духовное влияние на всех зрителей. Тем самым ТВ облагораживало бы общество, как это происходит в Великобритании. А в США коммерческое вещание гонится за рейтингом. Массы хотят видеть на экране лишь свое отражение, а не каких-то «яйцеголовых».

Я не спросил, как дама-профессор определяет степень интеллигентности лица на экране, какой нашли для этого измеритель. Но суть проблемы понятна, теперь близка даже. Догоняем все-таки Америку! Слишком интеллигентным не может быть ни у них, ни у нас не только президент, но и телевизионный ведущий. Рейтинг — это как всеобщее избирательное право. Выбирают не лучших, а тех, кто большинству близок. Никогда интеллигенту Владимиру Молчанову не сравняться по рейтингу с тем же маргиналом Дибровым. Леонид Парфенов, четко артикулирующий, элегантно выдающий хорошо подготовленные ироничные тексты, проигрывает лениво cedящему слова Любимову. Страшно далек от народа Святослав Бэлза. Политковский, например, гораздо ближе. И если наше ТВ станет развиваться не по британскому, а по американскому образцу, молясь на рейтинги и сумму оплаты рекламных секунд, о социально-педагогической, культурно-воспитательной функции экрана надо будет позабыть.

Девиз, провозглашенный при основании Би-Би-Си, звучит так: «Информировать, инструктировать, развлекать» (в другом переводе: «Сообщать, поучать, развлекать»). Англичане видят в своем телезрителе прежде всего средство познания мира, средство приобщения к миру, социализа-

ции личности. Второй компонент их триады, как ни переводить, — чистая пропаганда. Пусть сегодня это слово не модно — дело не в слове. Всем строем своих передач, манерами общения со зрителем и с приглашенными к камере, уровнем обсуждения проблем Би-Би-Си стремится к поддержанию в обществе высоких этических стандартов, нравственных ценностей и демократических принципов. Первые страницы Кодекса Би-Би-Си посвящены трактовке такого понятия, как «честность». Политические поучения едва ли нужны в обществе, где различия между программами политических партий вовсе не «судьбоносные», как у нас.

Когда Вольтер формулировал свой знаменитый принцип: мол, я не разделяю ваших убеждений, но готов отдать жизнь за то, чтобы вы могли их высказать, — он едва ли имел в виду политического оппонента ленинского или гитлеровского типа. Не стоит отдавать жизнь или писать кодексы для того, чтобы свои убеждения с экрана мог высказать сторонник расовой или классовой теории. Наоборот: кодексы должны запретить это раз и навсегда. Пока же чуть не каждый день с наших экранов несет: «антинародное правительство», «долуй», «даешь СССР». Таким вот образом демонстрирует себя наша юная, не знающая края свобода. Если б не было экстремистов и гомосексов на экране да еще вольного стиля маргиналов, как бы мы ее, эту свободу, заметили? Вот вышел комментатор и начал объяснять про реформы — разве ж это свобода?

В последнем из опубликованных отчетов Комиссии Картера — Сагалаева есть такие, на сей раз умные, помоему, рекомендации для нас: показывать документальные программы, посвященные деятельности «предприятий и служащих, как достигших успеха, так и терпящих неудачу, представляющих собой наглядный пример». Что это, как не пропаганда социального опыта? Впрочем, этого слова американцы не боятся, как и наши модные публицисты, отрекающиеся от публики во имя «голового факта». После рекомендации «использовать передачи разговорного жанра для распространения знаний о конкретном опыте рыночной экономики в увлекательной манере, с внесением личного элемента» следует приписка: «Может стать оружием для пропаганды».

Увы, слишком часто пропаганда кончалась у нас ленинским мотивом: кто не согласен — на фонарях перевешиваем. Но, мне кажется, не следует отрешиваться от нее в погоне за синей птицей объективности и свободы. Должны быть информаторы, а рядом с ними — и пропагандисты. Отнюдь не ленинской школы. Распространители социального опыта. Не бесстрастные, кривящие губы костататоры нашей общей глупости, а горячо заинтересованные участники процесса постижения истины. Проповедники, если хотите. Мастера документальных новелл. За человеческий образ жизни, за доброе отношение друг к другу, за возрождение лучшего, что было в нас и как-то потерялось в последние годы.

Пропаганда, как известно, не может быть лучше той политики, которую она обслуживает. Ни одна из заметных общественных групп не пропагандирует сегодня по радио и ТВ политику нынешнего правительства. Престиж этим не заработаешь, а опозориться легко. Сами политики, находящиеся у власти, не объясняют народу смысл своих действий. Зато услугами «объективных журналистов» охотно пользуются разнообразные группы оппозиции.

Следуя неразумным советам из «чужих монастырей» о том, что публицистика не нужна, а пропаганда — вещь всегда вредная, мы расчищаем площадку для талантливых демагогов. Наши светлые эфирные умы не могут им ничего противопоставлять. Вспомним, как двое наших известных журналистов на собственной кухне потерпели поражение от Сажи Умалатовой. Как интеллигентный Николай Сванидзе не справился ни с Жириновским, ни с Руцким да, похоже, и не думал справляться: он же, согласно новой моде, «над схваткой» находится, он ни какой-нибудь там пропагандист и агитатор.

Между тем выступления его собеседников были чистой пропагандой, взбодлившей ту четверть нашего населения, которая мечтает о равенстве, твердой руке и застойной колбасе по 2.20. Едва ли такого эффекта ожидали западные доброхоты, печатавшие на русском языке массу трудов о свободе и беспристрастности прессы.

Так что в работе над кодексами телекомпаний наши вещатели должны помнить: без четкого сопряжения с ответственностью подлинной свободы быть не может.

В связи с этим мне представляется более полезным знакомство не с теоретическими трактатами о свободе, а с практическим опытом телекомпаний мира. Советую прочитать, например, книгу Николая Голядикна «Телеинформация в США» и рефераты американских учебных пособий, выпускаемые Институтом повышения квалификации работников ТВ и радио. Во там нет рассуждений о свободах вообще. Зато очень толково рассказывается о высоких профессиональных стандартах. Там часто встречаются формулировки: «Если вы хотите, чтобы ваш репортаж был принят руководством, делайте то-то и то-то» или: «Едва ли ваше начальство удовлетворится тем-то и тем-то». А вот строки из кодекса NBC News (он был опубликован в первых номерах «Журналиста» за 1994 год): «Мы разрешаем тем, чей опыт и чувство ответственности, по нашему мнению, оправдывают это, выходить за рамки сообщений о непосредственных событиях дня, объяснять, давать связанную с ними информацию, оценку событиям». Кому-то, значит, разрешают, а кому-то — извините, не досрочно. И никто не бежит жаловаться в демократическую прессу.

Опыт и чувство ответственности — вот что ценится в мире, вот чего не хватает нашим информаторам-импровизаторам. И нет у нас на ТВ руководства, которое бы набралось решимости им об этом заявить. Свобода слова, конечно, ценность великая. Но как бы не случилось с ней то же, что произошло с идеей коммунизма. Созревшая в европейских умах, на русской почве она расцвела совершенно неожиданным цветом и принесла такие плоды, которых авторы не ожидали.

Или и вправду «умом Россию не понять», или ума надо бы побольше? Момент сейчас исключительно важный: от того, какие идеи запишут 750 телерадиокомпаний в свои кодексы, будут зависеть не только облик и судьба телевидения. ТВ — часть системы, именуемой обществом. ТВ несет в себе неизгладимый отпечаток особенностей общества, но в то же время может существенно влиять на его развитие либо деградиацию. Парадоксальная ситуация 1988-1991 годов, когда наше ТВ работало на разрушение сложившегося общественного порядка, завершилась разрушением самого ТВ. Теперь наступает время собирать разбросанные камни.

Журналист. №2. 1995 г.

КТО ПЛАТИТ, ТОТ ЗАКАЗЫВАЕТ РЕЙТИНГ

Ровно шесть лет назад, в первые дни 1990 года, советские телезрители были ошеломлены: на голубом циферблате за минуту до начала программы «Время», когда секундная стрелка пробегала последний круг, красовалось название знаменитой итальянской фирмы. Так зарождалась на нашем ТВ коммерческая реклама. Причем — в программе, обладающей самым высоким рейтингом. Ведь по всем каналам, по всей огромной территории Советского Союза ровно в девять вечера люди смотрели «Время».

Первые рекламодатели задали верный ориентир: не просто появиться в эфире, но — в то время и в той передаче, которую видит максимальное число телезрителей.

С тех пор и началась ожесточенная борьба за рейтинг. В условиях, когда у государства нет средств для содержания хотя бы одного полноценного телеканала, простое стремление выжить толкает телекомпании в объятия богатых фирм. Что неумолимо ведет к смене всех привычных ориентиров и ценностей. Телеканалы, которые когда-то ориентировались на указания партийных органов, а затем, с наступлением недолгой поры перестроечной эйфории, на суждения демократической общественности, — теперь всеми силами стараются потрафить вкусам самой непритязательной, но при этом самой массовой части аудитории. Той, которая млеет от латиноамериканских «мыльных опер», исправно смотрит такие высокоинтеллектуальные передачи, как «L-клуб» или «Клуб «Белый попугай», участвуют в конкурсах и играх, не требующих ни знаний, ни догадливости, ни вообще какого-либо напряжения ума.

Конечно, в очевидной творческой дегенерации отечественного ТВ виноват не один лишь рейтинг — тут немало причин, но почти все они замыкаются на прозаической экономике. Поэтому любой анализ ситуации на ТВ неизбежно наталкивается на нового цензора, контролирующего сегодня все, что мы смотрим, — рейтинг.

Как они добываются, эти роковые для многих телепрограмм цифры? В богатых

странах определенная выборочным методом представительная часть аудитории давно уже подключена к приборам — аудиометрам, которые регистрируют данные о включенных в течение дня телевизорах и передают их по телефонным проводам на центральный компьютер. У нас, понятно, на такую технику средств нет, а, впрочем, если бы и были, то, боюсь, мало кто ей обрадуется.

Так что у нас рейтинг подсчитывается по старинке, кустарно, с помощью опросов, анкет, а то и простейших обзвонив по телефону. И это позволяет относиться к подчас разительному разбросу результатов снисходительно — при несовершенстве технологии такой разброс считается естественным. Разные социологические службы дают порой противоположные цифры.

Я имел довольно тесный контакт с двумя уважаемыми организациями, занимающимися определением телерейтинга, — фондом «Общественное мнение» и Новым институтом социально-психологических исследований. Так вот, при опросах телезрителей относительно еженедельных программ «Итоги» (НТВ) и «Воскресенье» (ОРТ), в течение многих месяцев подряд каждую неделю в исследованиях ФОМа с большим отрывом лидировали «Итоги», а у НИСПИ, с таким же преимуществом, — «Воскресенье».

Самое простое объяснение разночтений — упомянутое несовершенство методик. Но, на мой взгляд, результаты определяются, скорее, субъективным фактором. И не последнюю роль здесь играют личные вкусы исследователей, их симпатии и антипатии, а также и экономические интересы. Под этим туманным термином скрыт вполне банальный мотив: кто платит деньги, тот заказывает социологическое исследование. И, понятно, что телекомпания, делающая такой заказ, втайне рассчитывает на то, что ученые постараются польстить работодателю. Увы, социологи редко обманывают ожидания.

Причем это делают профессионально, не обязательно искажая полученные

данные и тем более не подтасовывая их. Мне довелось читать в исследовании, проводимом по заказу НТВ, что этот канал по своей популярности обошел РТВ и занял второе место непосредственно за Первым каналом. Цифры убедительны, но получены потому, что учитывались не абсолютные, а относительные данные. В расчет не брался показатель охвата населения разными каналами. Известно, что Первый канал покрывает почти всю страну — 95 процентов, РТВ — 93, НТВ — всего лишь 59. И если в зонах, где передачи НТВ доступны, его рейтинг действительно был на втором месте, то в абсолютном выражении НТВ существенно проигрывало своим более мощным конкурентам.

При этом характерно, как те же социологи, отвечая на предупреждения телекритиков о том, что ТВ-6 в последнее время сделало сильный рывок и вскоре может превзойти НТВ по популярности, — успокоили своих заказчиков, используя тот самый метод, который сами только что отвергали. От цифр относительных, когда это стало выгодно, исследователи тут же перешли к абсолютным, а они у НТВ, охватывающего 59 процентов территории, были, понятно, больше, чем у Шестого канала с его 26 процентами.

Я привел пример с манипуляциями вполне «научными». А сколько у составителей телерейтингов возможностей элементарных подтасовок! О том, что за определенную мзду выдаются любые удобные заинтересованным лицам цифры, писалось много, не стану повторяться. Это — результат телекоррупции, о которой все знают и говорят, однако не решаются назвать вслух имена и суммы. В поисках виноватых остается уповать на расторопность следственных органов. Но можно было бы, полагаю, противостоять пороку и другим способом: не реагировать на цифры телерейтингов однозначно. Доверять не толь-

ко им, но и своему вкусу, суждениям общественности, отзывам прессы.

Практика свидетельствует, что нередко программа начинается очень вяло, а затем, раскрученная и поддержанная, резко набирает в рейтинге. Да и зрители далеко не сразу привыкают к ней, к ее месту в сетке вещания, к ее ведущему. Нынешние телевизионные руководители, кажется, не вполне понимают, что такое кропотливая и систематическая работа над репертуаром. Чуть что — не тот рейтинг, нет рекордных цифр — и участь передачи решена.

Так случилось в начале октября минувшего года, когда на ОРТ разом выкинули из эфира 67 (!) программ. Среди них большое количество публицистических: «Встречи с Солженицыным», «Версии», «Ситуация», «Человек недели», «Эксклюзив», «В гостях у власти». Это — за два месяца до выборов! А еще передачи о кино: «Кинопанорама», «Актеры и судьбы», «Кинозвезда», «Киноправда?..» Это подарок к столетию кинематографа?

О последней передаче хочу сказать особо. Ее, как теперь водится, наказали за то, что она имела низкий рейтинг — «всего» 6 процентов зрителей. Но неужто для «мертвого времени» (с 12 до 15 в выходные дни) этого мало? И в каких процентах можно выразить познавательный — исторический, эстетический, политический потенциал передачи? Или ее нечистую для нынешнего эфира сугубо телевизионную форму — со звонками в студию и живой связью со зрителями?

Посмотрите, что заняло место «Киноправды?..». Уверен, вы не вспомните ни одной передачи, выходящей за рамки унылого стандарта. Но, наверное, у них есть рейтинг — к вящему удовольствию рекламодателей. А это нынче самые главные телезрители страны.

Общая газета. 11–17.01.1996 г.

Анатолий Лысенко:

ЭПОХА ДВУГЛАВОГО ОРЛА НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ ЗАКАНЧИВАЕТСЯ

Анатолий Лысенко, один из отцов-основателей Всероссийской государственной телерадиокомпании, первый заместитель ее председателя, сдает дела. С 15 ноября он — председатель Комитета по телекоммуникациям и средствам массовой информации правительства Москвы. Свою биографию называет скучной: родился в 1937 году, закончил Московский институт инженеров транспорта, восемь лет работал на заводе, потом преподавал политэкономия капитализма. С 1968 года по 14 июля 1990 года — Гостелерадио, молодежная редакция. С 14 июля 1990-го по 15 ноября 1996-го — Российское ТВ. Естественно, его уход в ВГТРК породил массу слухов — о том, что делает это вынужденно, что не сложились отношения с бывшим коллегой по «молодежке» Эдуардом Сагалаевым...

— Я бы не стал драматизировать мой уход, поскольку это драматично только для меня: бросать то, что создавал с нуля, уходить оттуда, где проработал шесть лет, очень трудно. Я много думал, прежде чем принять предложение Юрия Михайловича Лужкова, а потом понял, что мой уход нужен и мне, и компании. Мне — потому что я приходил в другую компанию: с другими принципами, с другими морально-нравственными посылами. И если я остаюсь здесь, значит, я должен принять активное участие во всех изменениях — неважно, в лучшую или в худшую сторону — время покажет. Все показывает время. Для компании же раздраз в руководстве — самая страшная вещь, которая может быть.

— *Значит, раздраз, о котором давно ходят слухи, все-таки есть?*

— Он существовал с самого начала. Главная проблема в чем? Российская компания строилась по принципу определенной вольницы: все вопросы обсуждались на коллегии — до драки, до визга, до хлопанья дверьми. И принималось решение, как называли в комсомоле, «прямое». Хорошо это или плохо — не знаю. Мне

кажется, что хорошо — я вообще сторонник коллективного руководства. У Сагалаева другие принципы. Он с самого начала воспринимал ВГТРК как враждебную территорию. Которую надо подчинить себе. В одном из интервью он так и сказал: «Я хочу быть здесь полновластным хозяином».

Я категорически не согласен с одной вещью — с его отношением к людям. Создается легенда о якобы непомерно раздутым штате компании. У нас работает 4 тысячи 300 человек — и это радио, и ТВ, и четвертый канал, и Санкт-Петербургская дирекция. Но если разложить на подразделения, то выяснится, что у нас почти полторы тысячи технарей, что где-то 400-500 человек заняты обслуживанием зданий. Это неизбежно: если есть аппаратная, значит есть энное число людей, определяемых техникой безопасности и правилами технической эксплуатации, если есть здание, то количество уборщиц исчисляется, и каких бы принципов мы не придерживались — социалистического планирования или капиталистического рынка, но туалет должен быть чистым. И когда мы все это подсчитаем, то выяснится, что на радио и ТВ творческих работников от силы полторы тысячи. Все они люди нервные и ранимые. Не могут жить под постоянной угрозой сокращения. Им говорят: лучше мы будем покупать программы на стороне, чем содержать такое огромное количество людей. А зачем государство содержит подразделения, которые несут дежурство у стратегических ракет? Ведь все мы прекрасно знаем: на 99,9% мировой войны не будет. Но разве это значит, что нужно сократить офицеров? Если государство на это не идет, то почему оно рискует не менее сокрушительным оружием, которым является государственное ТВ?

От всего можно отказаться. Можно отказаться от корсети — бах, и минус почти 300 человек. Зачем нам корсеть? Можно отказаться от собственной технической

базы. Зачем нам самим создавать продукцию — можно покупать.

Нельзя обсуждать прошлое, стоя на приступочках сегодняшнего здания. Да, если бы строили компанию сегодня или даже в 1993 году, может быть, мы бы и не пошли по пути создания собственной технической базы, перестройки проклятого здания на Ямском Поле и так далее. Но ведь перед нами была поставлена задача — создать компанию России со своей технической базой. И правительство, и президент сказали: ребята, нам нужна мощная собственная телерадиобаза, резервная база, если хотите. И, кстати, опыт путчей 91-го и 93-го годов показал, что это было правильное решение: где бы мы сегодня были, если бы у нас не было тогда этой резервной базы?

Но главная беда в том, что никто до сих пор не сформулировал задачи, стоящие перед государственным телевидением. Нужно ли оно вообще? Может быть, действительно, не нужно? Может, постепенно все акционировать? На слова «это снизит нагрузку на бюджет» правительственные чиновники кидаются, как голодные рыбы на наживку.

Снизит. Дней на 20. Через 20 дней акционеры побегут просить у государства деньги на частное акционерное ТВ. И государство будет переводить туда деньги под прикрытием каких-нибудь мальдивских долгов или долгов Берега Слоновой Кости через отмывку с определенными процентами. И будет Счетная палата день и ночь выяснять, кто влил деньги, куда влил. И ничего нового, ничего положительного это ТВ не принесет, потому что будет заниматься поиском денег и подстраиванием под вкусы хозяина. А уже появились люди, которые считают себя хозяевами ТВ. Иногда это умные люди, иногда не очень, иногда это криминал, потому что криминал быстрее понимает степень влияния на общество через ТВ.

Если мы хотим добиться полного беспредела в области ТВ, нужно идти по пути ликвидации госТВ. Что снизилось после акционирования ОРТ? Если кто-нибудь будет меня уверять, что там используются частные деньги, я скажу: вранье. У нас вообще особые частные деньги, почти вся прибыль — это брызги, попадающие на тех, кто стоит у крана с государственными день-

гами. И чем больше струя, тем больше брызг. На сегодня в стране нет частных структур, и нет банковских структур, которые могли бы вкладывать капиталы безвозвратно. Идея окупаемости общенациональных каналов бредовая. Они сегодня не могут окупиться из-за объективного состояния нашего рекламного рынка, который является производным от производственного рынка. Нельзя же сказать, что мы можем обеспечить развитие ТВ, опираясь на гигиенические прокладки. Это достаточно хлипкая основа, хотя они впитывают все — в том числе и всю грязь, которая сочится с телевидения. О нормальном рекламном рынке можно будет говорить, когда появится реклама Горьковского автозавода, Александровского радиозавода, наших текстильных комбинатов. Но это произойдет не завтра и даже не послезавтра.

— Ну что же делать, если денег у государства на нормальное содержание своего телевидения нет, если госТВ все эти годы существует на остаточном финансировании. Я не раз слышала, как ваши работники говорили: уж скорее бы нас акционировали. Зарплаты мизерные. Бюджеты, выделяемые на создание программ, смехотворные. И в конце концов требовать деньги на содержание ТВ даже как-то безнравственно: есть масса других, куда более значительных отраслей, остро нуждающихся в деньгах. Не до телевидения.

— Я недавно сидел и считал. Всех пугает сумма: скажем ВГТРК получит в этом году триллион рублей — какой ужас! Но ведь из триллиона где-то 700 миллиардов идет на услуги Минсвязи. И где-то 280 миллиардов — на подготовку теле- и радио программ. За все время существования компании я только однажды, на первом году существования, когда в Минфине мы показали первый проект бюджета, услышал вопрос: «Ребята, а не мало?». Больше я таких слов не слышал никогда. Так вот, если отбросить тот год, нас финансировали в пределах 60%. Но сегодня я твердо убежден, что если бы так и выделялись 60% плюс то, что мы зарабатываем на рекламе, этого было бы достаточно. Выжило бы государственное ТВ. Но при одном условии — 60 процентов равномерно. Не раз в пять месяцев, когда набегают долги, когда начинаются арбитражные процессы, идет накрутка процентов.

ГосТВ должно чувствовать, что необходимо государству. А так да, действительно,

на частном ТВ люди зарабатывают лучше, но сегодня даже слепоглухонемой человек уже не скажет о «подлинной независимости» ряда телекомпаний и тупой зависимости РТР от государства.

Увы, независимости не бывает — я твердо в этом убежден. И я, например, буду зависеть от государства с куда большим удовольствием, нежели от частного лица. Вот мы говорим: сегодня правительство принимает меры, не популярные у населения. И об этом все знают. А если завтра оно примет меры, не популярные у той или иной группы банкиров? А все ТВ акционировано. Я далеко не уверен, что об этом узнает население. В условиях страны, распадающейся постепенно на субъекты Федерации, единственной паутиной, связывающей всю страну, является ТВ, которое позволяет донести информацию до населения. Только ТВ и только общегосударственное.

Мы говорим о необходимости государственной идеологии. Какая государственная идеология? Кто ее донесет? Да никто. Никакая государственная идея без помощи государственного ТВ не возникает.

Сегодня государственное ТВ является одним из основных элементов национальной безопасности. За это надо платить — гроши. Вся стоимость ГосТВ со всеми местными студиями — порядка трех триллионов. Это анекдотичная цифра для нашего бюджета. Ведь мы же тратим деньги на создание национальных резервных фондов. Мы держим запасы муки, мяса, оборудования, станков, которые, не дай Бог, когда-нибудь понадобятся на случай войны. И на это идут средства. Но почему-то средств нет на развитие государственного ТВ, без которого, я убежден, ни резервные запасы муки, ни резервные запасы мяса не понадобятся — населению просто не будет понятно, за что воевать.

Нет государственной идеи и нет гордости за свое государство — это телевидение должно воспитывать. Я помню, как мы смеялись раньше, когда в программе «Время» постоянно показывали дюкер через реку или комплекс по производству мочевины. Но сегодня все уже понимают, что нужно что-то положительное. Когда все компании, работающие в Москве, показывают одного убитого, создается ощущение, что убито шестеро. И показывают с таким

восторгом, с таким сладострастием! А покажи что-нибудь положительное — сразу скажут: это «джинса», скрытая реклама. Задача госТВ — пропагандировать тех, кто что-то делает и поддерживать их.

Планы акционирования РТР, отделения и акционирования «Радио России», если они осуществляются, приведут к очень простой вещи: мы потеряем государственное ТВ и радио. Я все могу понять с 4-м каналом — надо было отдать канал, «Российские университеты» не имели рейтинга, но как может страна отказаться от идеи общеобразовательного ТВ? Во всем мире таких каналов десятки. Да, во всем мире они кабельные, но мы же не весь мир, и мы не виноваты, что нас размахало на 9 часовых поясов и мы живем уже 75 лет в эпоху перестройки. Мы не виноваты в этом, но сохранять-то духовное наследие нации нужно. Да, наверное передачи о Набокове не будут пользоваться такой популярностью, как «Горячая десятка». Но я с ужасом думаю, что мои внуки будут жить в стране, воспитанной на «Горячей десятке», а не на Набокове. Конечно, это не рекламоноситель, но должно быть понятие «культураноситель».

— Судя по вашим словам, акционирование ВГТРК — дело практически решенное. Как скоро это может произойти? И не является ли ваш уход своего рода добровольной капитуляцией. Если вы действительно считаете государственное ТВ фактором национальной безопасности, как вы можете все бросить и наблюдать со стороны, как гибнет последний форпост государственности?

— Сначала отвечу на первый вопрос: по моему ощущению, это может произойти очень быстро — в течение ближайших месяцев. Второй вопрос сложнее. Понимаете, у меня не так много времени осталось, чтобы тратить его на войну. Моя точка зрения всем известна. Я устал за шесть с половиной лет биться, доказывая, что правительство должно выполнять свои обязательства перед ТВ, что государственное ТВ необходимо стране. Может быть, это капитуляция или соглашательство, но у меня есть возможность снова начать все сначала. В третий раз. А Бог, как известно, троичу любит.

На новом месте я буду заниматься тем же самым — по-прежнему на государственном муниципальном уровне: прежде всего повышением качества телевидения

Москвы, а также вопросами печати, и вопросами книгоиздания, и вопросами книжной торговли. Я оказался упертым государственнымником. Я не против частных компаний. Но если нет позвоночника, стержня, ТВ превращается в кучу дурно пахнущего вещества.

— *А кто вас заменит на посту первого заместителя председателя ВГТРК?*

— Может быть, Кирилл Легат, а скорее всего, должность первого зама вообще отменят. Что логично: эпоха двуглавого орла в этой компании заканчивается.

Известия. 13.11.1996 г.

Анри Вартанов

ДЛЯ НАЧАЛА ОНИ ЗАЛОЖИЛИ СВОЮ КВАРТИРУ...

24 декабря 91-го года по тогда еще Центральному телевидению прошла передача «Ирония судьбы, или с Рождеством Христовым». Вел ее Эльдар Рязанов. По тем временам это было сенсацией. Ведь все помнили, как он громогласно, с объявлением в «Огоньке» прервал свои отношения с ЦТ, чиновники которого терзали ведущего «Кинопанорамы» мелочными придирами, а то и запретами. И вот — возвращение на телеэкран! После четырехлетнего вынужденного самоотречения от него!

Конечно, сенсация. И мало кто из зрителей понял тогда, что Рязанова им вернул вовсе не первый канал, по которому прошла передача, а некий благодетель, укрывшийся в титрах за никому еще неизвестным в ту пору словосочетанием «REN-TV». И совсем уж знать не знали зрители о том, что за этой маркой были мать и сын — Ирена и Дмитрий Лесневские. На свой страх и риск они пустились в плавание по неведомому морю частного телебизнеса...

Уже в той пятилетней давности «Иронии...» проявились творческие устремления и предпринимательская хватка Лесневских. Ирена немало лет проработала на ЦТ, была свидетельницей острейших конфликтов между Рязановым и телечиновниками и прекрасно понимала, что дай свободу этому талантливому, фонтанирующему идеями человеку — он, помимо «Кинопанорамы», еще много чего может создать на телеэкране. И еще Ирена, как и миллионы зрителей, почитавшая Эльдара Рязанова, чувствовала, что одно лишь появление его в кадре станет в сложившейся ситуации событием. А появиться ему предстояло в Доме ветеранов кино, куда в гос-

ти к некогда именитым старым людям приглашены были нынешние звезды кино, театра, эстрады. Сценарный ход, как видим, простейший и для Рязанова с его импровизированным даром заведомо привлекательный. Да и сама идея такого задушевного застолья была настолько благородной, что под нее, правда, не без труда, нашлись спонсорские деньги. В итоге первая же передача новой фирмы вызвала массу взволнованных откликов и получила самую благожелательную прессу.

Лихая, как в 91-ом казалась, затея все-навсего вернуть Э. Рязанова на телеэкран потом многократно себя окупил — она проросла серией его циклов («Восемь девок — один я», «Белоснежка и семь гномов», «Княжеские посиделки», «Избранницы», «Разговор на свежем воздухе», «Шесть вечеров с Юрием Никулиным», «Неподведенные итоги», «Парижские тайны»); дала россыпь и отдельных его передач (о Л. Брик и С.Параджанове, Б.Окуджаве и С. Никитине, о Б. Ельцине и его семье).

А вскоре после успеха первой передачи Рязанова появились другие проекты, ради которых, говорят, Лесневским пришлось заложить свою квартиру и завести в только что нанятый офис кое-что из собственной мебели.

Дело стремительно разрасталось. Мать ушла из киноредакции, сын на время оставил студенческую скамью. Под маркой «REN-TV» появляются «Чтобы помнили» Л.Филатова, «Поэт в России больше, чем поэт» Е.Евтушенко, «Тайны Старой площади» Д.Волкогонова, «Конюшня» Юрия Роста, «Дорога домой» Ю.Панича, рубрика «Эксклюзив», под

которой прошел, в частности, и наделавший немало шума документальный фильм Н.Косинец и Я.Погорельского «Три дня одного лета» о Якубовском, «Дог-шоу» М.Ширвиндта, «До и после» В.Молчанова, перешедшего со своим «До и после полуночи» в фирму Лесневских, и т.д.

Посмотрите: что ни название — то сразу вспоминается, что ни имя — то самое известное. И это всего за пять лет. Итог впечатляющий — и количественно, и качественно. Но не хотелось бы мне оказаться в числе юбилейщиков, которых к пятилетию этой частной семейной фирмы, уверен, будет предостаточно. Поэтому-то и скажу поначалу о неприятном — материальной стороне дела, имеющей, как и во всех прочих телекомпаниях, самое непосредственное отношение к содержательной стороне программ «REN-TV».

Спонсоры, инвесторы, рекламодатели — привычная троица нашего телеэфира. Причем в деятельности «REN-TV» эта троица выглядит еще более агрессивной, чем в других телекомпаниях. Вспоминается большая новогодняя программа, которую семейная фирма сделала для первого канала. В ней, в отличие от других, не страдающих из-за отсутствия рекламы передач, в кадре были еще и сами представители реальных денег. Они, как полноправные хозяева эфира, встречали гостей, рассказывали о своих товарах и услугах, были главными героями экранного веселья.

Похожее случилось в передаче «Старики-разбойники, или Три года спустя». Проведенная тем же Рязановым в том же Доме ветеранов кино в сочельник 24 декабря 94-го, она не отличалась тактичностью по отношению к бедным старикам, робко вкушающим от даров данайских под взорами самих данайцев. Зрелище было не из приятных. Но позже, призадумавшись, я даже в чем-то и оправдал «сочельник-94». Понятно, что Лесневские, организуя это действо, не желали такого эффекта, но «финансы спели свои романсы», и перед нами предстал сокрушающий экранный документ реального положения дел в стране.

Кстати, все в том же «сочельнике-94» неустанно рекламировалась передача «REN-TV» «Белый попугай». Думаю, не случайно. Потому как это экранное произведение, на мой взгляд, вполне соответ-

ствует непритязательным вкусам нынешних «хозяев жизни». Что-то с нами со всеми (и со мной тоже), наверное, произошло, если бытовая «травля» анекдотов, которой неизменно — наряду с остроумием — сопутствует и пошлость, эстетизируется телеэкраном. Особенно когда анекдоты «травят» всенародные любимцы — Ю.Никулин и другие.

«Попугай», как я заметил, занимает верхние строчки одновременно в двух списках. В том, где зрители называют «лучшее» за неделю, и в том, где отмечают «худшее». Но что все эти оценки перед финансовой рентабельностью! И тут, к сожалению, я бы связал рентабельность с названием фирмы «Ren...».

И все же надо отдать должное хозяева компании: секрет их финансового и творческого (или наоборот) успеха достигается в основном не за счет уступок дурновкусице. Ставка только на звезд, требующая достойной оплаты, удачно гармонирует в этом телепроизводстве с предпочтением жанров и тем, относительно недорогих в реализации.

Такой подход к делу, как мы помним, проявился уже в первой передаче фирмы. Работает он и дальше. Хотя бы в тех же вышеназванных программах Э. Рязанова. Все они были несложны в своей структуре. Везде — ведущий и его собеседники, общение которых перемежается по необходимости фрагментами из старых фильмов и телепередач. Дороже других для «REN-TV» стали, наверное, циклы Рязанова «Парижские тайны», где перед зрителями предстали Жан Марс, Шарль Азнавур, Анни Жирардо, Клаудиа Кардинале и другие. И еще — цикл «Избранницы», в котором Эльдар Александрович познакомил нас с нашими соотечественниками — женами великих французских художников. Тут, само собой, наиболее дорогостоящей частью проекта стали поездки Рязанова во Францию. Не знаю, во что они обошлись фирме, но огромное ей спасибо за радость общения с уникальными личностями!

Впрочем, и в отечестве нашем поводов для такой радости великое множество. Ну вот, скажем, «Шесть вечеров с Ю. Никулиным». В неспешной беседе с Рязановым он невозмутимо, вроде даже отстраненно, что усиливает сатирический и

юмористический эффект воздействия, рассказывает о своей судьбе на арене цирка и в кинематографе, а в итоге пере нами, едва ли не в «шукшинском» изломе, предстает мощный российский характер, приводящий зрителей к горькому, но и светлому изумлению перед самими собой.

Или две передачи Рязанова, снятые в доме у давнего друга В. Катаняна — в доме, где еще недавно жила легендарная Л. Брик. Речь шла о ней и о Сергее Параджанове. Опять-таки что здесь было главным? Просто общение за столом, декорированным в стиле параджановских натюрмортов из фруктов, посуды и цветов. И Рязанов, как мне показалось, совершенно забыл о своей роли телеведущего — он буквально упивался подробностями только что отлетевшего прошлого, совсем еще не мемуарного, а живого, сегодняшнего.

Чтобы закончить разговор о Рязанове, в последние годы выступающем только на «REN-TV», отмечу общую не только для него, но и для всех героев этих программ особенность: они истинно свободны в своей публичной жизни на экране. Физически чувствуется: ну решительно никакого редакторского и продюсерского контроля над авторами нет. Они творят как их душе угодно. Безусловно: это непривычное все еще для нас чувство пьянит героев экрана, приводит в восторг и нас, зрителей. Но... Пусть уж простят меня юбиляры, но «вольная», которую авторы получили от «REN-TV», порою их и подводит. Например, в «никулинском» цикле получилось так, что фильмы, о которых герой рассказывал ведущему, потом шли в фрагментах, и здесь, помимо неизбежного повтора, возникла еще некая досадная шероховатость: оказывалось, Ю. Никулина нет-нет да и подводила память — слова не соответствовали показанному. Примерно то же самое, но в ином плане, случилось и в «параджановских» передачах. К тому времени, когда они появились в эфире, наше (имею в виду прежде всего статьи В. Скорятина в «Журналисте») и зарубежное маяковедение уже неопровержимо доказало, что фигура Лили Юрьевны Брик далеко не однозначна и рисовать ее сегодня в одном лишь романтическом ореоле, пожалуй, не стоило бы.

Отмеченные мною шероховатости, а то и фактические просчеты легко можно было бы убрать уже при съемке передач или их

монтаже. Однако принцип полной творческой неподконтрольности создателей программ явно помешал это сделать. Показательно в этом смысле, что на «REN-TV» нет ни худсовета, ни какой-либо иной инстанции, которые пусть и в самой бережной по отношению к творцам форме хоть как-то корректировали бы авторские недоработки. Нет принципиально. Но убежден: рано или поздно и эта совершенно независимая ни от кого фирма все же вынуждена будет обзавестись компактным, но авторитетным институтом самоконтроля...

А пока, повторю, на «REN-TV» властвует полнейшая творческая свобода. И дает иногда плоды удивительнейшие. Только в такой вот атмосфере и могла, например, появиться «Конюшня Роста». Ох, сколько нашлось бы советчиков, пояись подобная передача в иных, более строгих к самим себе телефирмах. В самом деле: в каком-то неприязнательном помещении Юрий Рост вместе со своими собеседниками предлагает нам этакий «междусобойчик» — чаще всего ни о чем, да еще прикладываясь к рюмке. Но оказалось, что журналист-профессионал своим «междусобойчиком» заполнил целую пустующую нишу — «Конюшня» заменила, видимо, многочисленные кухни, где во времена оны мы, люди старшего поколения, сходились для болтовни «без оглядки». Так сказать, давайте теперь поностальгируем о рухнувшем Советском Союзе, о дружбе народов, о внутреннем единстве людей творческих. Отдушина своего рода для зрительской аудитории, интеллигентной прежде всего. И не удивился я нисколько, когда телекритики в «Известиях» (23.12.94), не сговариваясь, вдруг поставили эту «кухню на конюшне» на первое место, отодвинув ниже «Час пик» В. Листьева, «Если...» В. Познера, «Мужчину и женщину» К. Прошутинской.

Читатели, полагаю, уже заметили, что разговор мой о предпринимательской стороне дела все более уклоняется в сторону творческую. Верно, уклоняется, но тут мне понадобится предметно разбирать даже самые яркие программы «REN-TV». Перелистывая «Журналист» за последние три года, я — к некоторому своему удивлению — обнаружил, что, словно бы интуитивно готовясь к нынешнему юбилею, как бы отслеживал творческое развитие фирмы (см.,

к примеру, мои статьи №8. 94 г. — о программах В. Молчанова; № 2, 95 г. — о фильме Посельских «Три дня одного лета»; № 11, 95 г. — о фильме И.Беляева «Жил-был фарцовщик»; № 5, 96 г. — о передачах Л. Филатова «Чтобы помнили»). А если добавить к этому перечню выступления других авторов «Журналиста» (например, статью М.Топаз «Остро сюжетные приключения на даче Евтушенко»; № 9, 1996 г.). то выходит, наше издание вполне готово к выпуску целой книжки, посвященной «REN-TV».

По всему по этому мне осталось сказать лишь о планах этого частного телепредприятия на ближайшее будущее.

Слухи о том, что «REN-TV» покупает целый канал, подтвердились. Когда писались эти строки, фирма договорилась с Независимой вещательной системой (НВС) об аренде спутника связи, с помощью которого можно будет вещать круглосуточно (пока с 15.30 до 2-часов ночи). Но это — подробности технические. А творческие?

В. Молчанов, передачи которого ОРТ перестало покупать у «REN» с сентября прошлого года, будет появляться на канале еженедельно. Три раза в месяц это будет журнал культурной жизни, один раз — авторская тематическая программа.

Д.Киселев («Час пик», «Окно в Европу») перейдет с ОРТ на «REN-TV», чтобы делать программу под условным пока названием «Национальный интерес». Ну и так далее!

Ясно, что судя по всему, обновляемая фирма «REN» заявляет о намерении стать первым и единственным у нас в стране каналом с высокими, представьте себе, идеалами. А это в наши жесткие, не рассчитанные на хрупкую романтику времена выглядит донкихотством. Но мы надеемся, что тень «рыцаря печального образа» будет по-прежнему подкреплять прагматический Санчо Панса. И уж он не допустит, чтобы Лесневским снова пришлось закладывать квартиру...

Журналист. №1. 1997.

Маша Топаз

ЛЮБОВЬ ПРЕЗИДЕНТА

Независимые продюсеры на ТВ — новая профессия, к тому же скрытая от глаз телезрителя. На экране появляются титры: «REN-TV» — но кто и как ставит на ноги дело? Сегодня об этом рассказывает Ирена Лесневская, президент одной из самых влиятельных и крупных независимых телекомпаний.

— *Вы четверть века работали в «Останкино» и всегда конфликтовали с руководством...*

— Никогда не было трепета перед должностью. Без конца воевала за передачи, за людей, за справедливость. Могла открыть ногой дверь любого кабинета. Я не дипломат.

— *Теперь у вас собственная телекомпания. Вы, как в песенке Окуджавы, «выбились в начальство». Чувствуете ли перемены в своем характере?*

— Сама себя не узнаю. Стала хитрее, изворотливее. Где моя непосредственность? Раньше бы рубанула — теперь каж-

дый шаг продумываю. Около ста человек зависят от моего характера. Неправильно себя поведу — отразится на всей компании... Слава Богу, еще воспринимаю чужую боль, отзываюсь на беды. Но уже не так импульсивно. Часто ловлю себя на том, что стала значительно жестче. Поначалу легко очаровываюсь, лечу навстречу, а потом... Кому-то приходится говорить «ты профнепригоден». Человеку надо кормить семью, а я его лишаю работы...

— *А есть ли начальство у президента независимой телекомпании?*

— Начальства нет, а зависимость есть. От сетки вещания, в которую наши программы могут поставить или не поставить. Каждый выход в эфир не получаем, а пробиваем. Все без конца срывается и летит. Как обычно — по объективным причинам, даже и винить-то некого. Хожу в первые кабинеты, где вроде бы все решается, а потом, на уровне других этажей, — хоть

застрелись. Трачу на это две трети здоровья и времени.

— *Вы учредили REN-TV вместе с сыном. Он — коммерческий директор. Чего больше в семейном бизнесе — удобства или неудобства?*

— Семейный бизнес — это замечательно. Без Мити я бы не потянула. У него удивительно светлая голова. Мы с ним друзья и партнеры. В сегодняшних условиях всеобщего надувательства деньги — страшное испытание. Только в семье может быть полное доверие. Постоянно с ним спорим. Скажем, автор сделал программу на две минуты длиннее, а у нас уже запланировано 5 минут рекламы. Я начинаю доказывать, что надо две минуты рекламы перенести на потом, иначе пострадает художественная ценность, а Митя — что нам нужны деньги, и он уже обещал рекламодателю.

— *Кто обычно побеждает?*

— Конечно, искусство! Хотя даже я в состоянии понять, что 5 минут рекламы выгоднее, чем три.

— *Вы человек азартный?*

— Азартный. Игрок.

— *Приходилось все ставить на кон?*

— Каждый раз, когда выходит новая программа. Неудача, неверный шаг могут перечеркнуть все сделанное до этого.

— *Но REN-TV уже имеет заслуженную репутацию.*

— Потому-то и не прощают. Рисковать приходится и из-за строительства нашего офиса. Пришлось заложить все имущество компании. Любая газета наследует свое здание. А если я начала новое дело, это почему-то моя головная боль, моя забота. А не министерства, скажем, печати и информации.

— *Судьба частного предпринимателя — все проблемы решать самому.*

— Да сегодня государственная телекомпания еще более частная, чем моя! За каждой передачей — спонсоры, две трети продукции покупается на стороне, в том числе и у нас.

— *Вам же предлагали пойти в заместители к руководителю «Останкино». Вы могли бы многое там изменить, наладить.*

— От своего собственного дела в государственную структуру?! Там такое количество этажей власти, там все вырастает

в проблему. Если бы мне предложили начать с нуля, с чистого листа — другой разговор. А получить такое наследство — разрушенное, коррумпированное, несчастное, обиженное, и превратить его в мобильное и жизнеспособное?.. Да оно не поддается реформе при всех замечательных замыслах и проектах, что ни придумывай, кого ни возводи на эту Голгофу.

— *Считаете, что у «Останкино» нет будущего?*

— Считаю, что нужно оставить один государственный канал. Два канала не по карману — хиреют оба.

— *А что делать с другим каналом?*

— Акционировать. Пусть во главе его стоят люди, отвечающие своими деньгами, трудом, временем. Наша компания принимала участие в разработке такой концепции. Но решать — президенту. Если поставить все на нормальные экономические рельсы, телевидение обязано стать прибыльным. Есть музыкальные архивы, есть старые передачи, фильмы. Из этого можно делать деньги. Во всем мире растет интерес к ретро. Каким успехом пользуется показ старых программ на НТВ! Этим надо заниматься. Поставить на коммерческую основу выпуск избранных передач и продавать кабельным сетям. Договориться с ближним зарубежьем о покупке ими программ на русском языке для миллионов русскоязычных. А двум владельцам компаний легче договориться, чем, скажем, Ельцину с Кравчуком.

— *Если все как очевидно, почему это до сих пор не происходит?*

— Сегодня на телевидении скрещиваются интересы очень многих и властных, и коммерческих, и мафиозных структур. Пока такая неразбериха — неизвестно откуда и сколько приходит денег и куда они уплывают. Многим это выгодно.

— *Когда смотрите телевизор, вы отмечаете родственные души, с которыми хотелось бы работать на REN-TV?*

— Лучше их не называть. Как сложится, так сложится. Никогда никого не переманивала. Молчанова в свое время «Останкино» отторгло, и он говорил, что ноги его там не будет. Пришел к нам со своей группой и снимал то, что ему хотелось. Рязанов тогда тоже был персоной нон грата. Я мечтала вернуть его на телеэкран. Для меня ситуация с «Останкино»

исчерпалась 19 августа 1991 года. Я ушла, думая только о своих будущих программах. И в первую очередь — с Рязановым.

— *Сложно ли с ним работать?*

— Мне — легко. Хотя и ругаемся. Но это ругань близких людей — обиды не оседают, не копят. У Эльдара Александровича есть одно необъяснимое свойство — общаясь, он чувствует тончайшие нюансы. Иногда думаю: «Боже мой, такая интуиция может быть только у женщины»!

— *Сейчас Молчанов заключил договор с агентством Рейтер и уже появляется на экране каждую неделю. Сможет ли он делать авторские программы у вас?*

— Конечно, работать ему придется в жутком ритме, но он утверждает, что не уйдет от нас. Увидим. Честно говоря, я с удовольствием буду смотреть любые программы Молчанова. Какая разница зрителю и мне, как зрителю, с Рейтер они сделаны или с REN-TV?

— *Вы говорите об этом с грустью, досадой или ревностью?*

— Просто даю информацию.

— *Не находите, что у Молчанова в его авторских программах, сделанных с REN-TV, последнее время был спад?*

— Я спада не вижу. Вижу поиск.

— *Наверное, к своим программам вы не можете отнестись объективно...*

— А вот и могу. Когда смотрю готовую передачу, во мне моментально прорежается редактор.

— *А как появился у вас Юрий Рост? Он же раньше не работал на ТВ?*

— Но ведь профессиональными ведущими не рождаются. Он потрясающе талантлив, глубокий, тонкий человек с совершенно болезненной порядочностью. Мне было очевидно, что он может работать на телевидении. Решила потратить деньги, чтобы он поэкспериментировал. С первой передачей Юра возился пять месяцев.

— *В чем особенность, отличие вашей компании от других?*

— Утверждают, что телевидение — это конвейер. Но каждая наша передача — абсолютно штучная. Даже если это циклы, мы долго возимся, шлифуем, доснимаем. Обувная фабрика может выпустить на потоке замечательную обувь. А у нас такая кустарная лавочка — мы туфли бисером вышиваем. По направлению мне интересно все связанное с культу-

рой, искусством. Еще политика. А шоу-программ нет. И попсы нет.

— *Кира Прошутинская рассказывала в интервью, что у них, в «Новой студии», тоже каждый раз настоящие, не инкубаторские роды, что они близки вам по ощущению телевидения. Как вы их воспринимаете — как союзников, как соперников?*

— Как друзей. Они молодцы. Настоящий полигон, удивляет неутомимость эксперимента. Другое дело, что, если программа не получается, не надо ее держаться. Меняйте, ребята, все, что не задалось, вы ж талантливые люди!

— *А какие недостатки у вашей телекомпании?*

— Мы с Митей постоянно изобретаем велосипеды. Тратим кучу времени и сил на то, что давно придумано. Меня часто приглашают в известные зарубежные телекомпании, но ни разу не выбралась. А надо бы посмотреть, как они работают, как решают проблемы, над которыми бьемся мы.

— *Какие из ваших постоянных обязанностей для вас самые неприятные?*

— Выбивание эфира, я уже говорила. Презентации мне тоже противны. Раз 20 в месяц присылают билеты на какие-то тусовки, открытия, сборища. Главное там — еда. Чем пышнее, тем лучше. Хочется всю ее завернуть и унести в какой-нибудь детский дом. Чувствуешь там себя неловко. Но необходимо время от времени появляться ради деловых контактов. По мне — лучше бы встречаться в офисе, но в новом деловом мире общение происходит на презентациях.

— *А какая работа вам в радость?*

— Больше всего на свете люблю монтировать программы. Сейчас это удастся редко, в основном ночами или по выходным. Это мой отдых. И это мое дело. Сидя ночью в монтажной, ощущаю себя другим человеком.

— *Когда в последний раз?..*

— Делая программы к семидесятилетию Булата Окуджавы. Мы с ним знакомы давно. Когда мне было 17, он привел меня работать в «Литературку». Знаете, сейчас авторитетов почти не осталось, а Окуджаве очень верю. Мы сделали две юбилейные программы. Одна получилась, как праздничный пирог, — в нее вошли поздравления от его друзей, разъехавшихся по всему миру.

— *Сложно было собрать?*

— Я понимала, что Булату будет приятно увидеть тех, кто не сможет прийти. Ну мы и встали на уши. Обзванивали друзей, телекомпании, корреспондентов. Ростроповичу в Америку не дозвонились. А после монтажа я включила телевизор и увидела его — он был в Москве. Но удалось снять Аксенова, Козакова, Никулина, Ольбрыхского, Шемякина... Адаму Михнеку мы оставили послание на автоответчике. Он прилетел в Варшаву на полтора часа и помчался на корпункт записывать свое поздравление. Мне помогали финны, поляки, японцы, американцы, наши корреспонденты на разных телестудиях мира, ИТА — «Останкино»... Все откликнулись мгновенно, и никто не спрашивал о деньгах. Единственный, кто выставил счет, — это Мосфильм. За то, что мы использовали 3 минуты из фильма «Белорусский вокзал» со знаменитой песней Окуджавы. Я думаю, они могут теперь вообще фильмов не снимать, а жить, прокатывая свой фонд по минутам. Одна минута — 350 долларов. Если бы они при этом платили тем, кто снимался, режиссеру, автору песен, — это я бы поняла. А они все взяли себе и не поперхнулись.

— *Вы же говорили о коммерческом использовании фондов телевидения.*

— Они-то продали не право на прокат фильма, а крохотный фрагмент для одно-разовой передачи, причем втридорога.

— *Что вам нравится и не нравится как зрителю на сегодняшнем экране?*

— Иногда и «нравится», и «не нравится» относится к одному и тому же. Скажем, Караулов. Блистательный журналист. Но подчас неловко за его манеры прокурора. Или Ганапольский. Раньше его заинтересованность в людях была органичной, а теперь становится чем-то вроде клише. А вот от чего в ужас прихожу, это от «Любви с первого взгляда». Все нутро корежит от фальши и пошлости. Стыдная программа. Хотя Ворошилов и талантливый продюсер.

— *Какая ваша черта мешает вам как руководителю?*

— Возраст. Мне бы лет десять скинуть.

— *Вы делаете 8-10 программ в месяц. Когда начинали — об этом можно было только мечтать. О чем сегодня мечтаете?*

— Отдохнуть. Хотя бы неделю.

— *Жалеете, что такой воз на себя взвалили?*

— Меня всегда распирало от замыслов. Я умру без телевидения.

Известия. 20.05.1994 г.

Ирина Петровская

«РЕН-ТВ» В БЛОКАДЕ, НО ЧУВСТВУЕТ СЕБЯ НЕПЛОХО

Появление нового телеканала — всегда событие. Событие для зрителя, привыкшего к относительному (по сравнению с цивилизованным миром) бесканалью — если он, конечно, имеет техническую возможность и желание принимать новый канал. Событие для телевизионного рынка, уже сложившегося, поделившего между собой сферы влияния и рекламный бюджет. Ведь это только непосвященному кажется — чем больше каналов, тем больше рекламы. На самом деле рекламы ровно столько же, и для того, чтобы дать часть ее новому телеканалу, надо отобрать у кого-то из старых клиентов. Все основные те-

леканалы уже давно напрямую с рекламодателями не общаются. Они продают свои рекламные возможности оптом и вперед посредникам — двум крупнейшим агентствам «Премьер-СВ» и «Видео Интернэшнл» — получают от них деньги, на которые живут и развиваются, не думая о том, есть у них реклама или нет.

Новый канал «Рен-ТВ», вещание которого началась с 1 января 1997 года, имел бы все шансы стать событием на достаточно однообразном телевизионном фоне, если бы его могли без проблем принимать зрители и если бы ему не устроили бойкот рекламисты-монополисты. А одно с

другим очень и очень связано. Вот так об этом говорят руководители канала Ирина и Дмитрий Лесневские:

— Начиная вещание, мы не учли, что проблема приема наших программ — не техническая, а, скорее, психологическая. Мы совершенно точно знаем, что сегодня в миллионе московских квартир могут смотреть канал «Рен-ТВ», летом к этому миллиону добавится еще один. Но существует инерция мышления — люди не знают, как настраивать свои телевизоры. Поэтому мы получили адреса всех наших абонентов и будем рассылать им подробную инструкцию.

Однако и сейчас мы уже знаем: нас смотрят и в Москве, и в России, идут отклики зрителей и прессы, нас начали цитировать и т.д. и т.п. Но между тем то и дело появляются статьи, распространяются слухи — канал загибается, у них все плохо, никто не видит, рекламы нет, денег нет...

У нас в стране отсутствует система измерений реальных долей каналов на рынке. Практически все директора существующих ныне крупных социологических служб признавались нам в частных беседах, что они не умеют и не могут пока измерять доли так называемых сетевых каналов, то есть каналов, работающих с местными региональными станциями.

Сегодня, скажем, социологическая служба «Комкон» оценивает нашу долю на российском рынке в 1 процент. Этого не может быть хотя бы потому, что большая часть каналов, которые ретранслируют программы «Рен-ТВ» в регионах, занимают в местных рейтингах вторую и третью позиции. Тем не менее из тех цифр, которые рисуют социологические службы, и формируются доли рекламного бюджета, которые выделяют агентства тем или иным каналам.

В отношении «Рен-ТВ» агентства-монополисты заняли такую позицию: вот постройте канал, добейтесь аудитории, выживите, а потом мы к вам придем и выделим рекламный бюджет. Но пока мы к вам никого из рекламодателей не пустим. И мы очень хорошо знаем, что тем рекламодателям, которые хотели бы напрямую работать с «Рен-ТВ», они говорят: если посме-

ете, не видать вам рекламы ни на первом, ни на каком-либо другом канале. Естественно, рекламодатели, как бы им не хотелось поддержать нас, не осмелятся ссориться с монополистами.

Что обидно? Какой бы сильный канал мы не сделали — ситуация с рейтингами, а следовательно, и с рекламой не изменится. Выход? Сделать действительно сильный канал и заинтересовать им «третью силу», некое новое рекламное агентство, изменив ситуацию на рекламном рынке.

Что же касается политической подоплеки той интриги, которая бесконечно плетется вокруг «Рен-ТВ», то она заключается в одном: силы, владеющие сегодня телевидением, боятся мэра и телевидения, которое он начал строить в Москве. В самом факте такого строительства нет ничего удивительного: давно пора было за него взяться. Москва — государство в государстве, ни одна столица мира не может позволить себе обходиться без одного, а то и нескольких телеканалов. Но думать, что Лужков, являясь главой попечительского совета «Рен-ТВ», одновременно является его хозяином, — смешно. За неполных три месяца существования канала Юрий Михайлович ни разу не позволил себе вмешаться в его деятельность. Во-первых он знает, что здесь работает профессиональная независимая команда, а во-вторых, он сам сильный политик и в специальной раскрутке не нуждается.

На свое будущее руководители канала «Рен-ТВ», не смотря ни на что, смотрят с оптимизмом: заключили контракт на монтаж нового мощного передатчика, благодаря которому их программы увидит почти вся Москва, запускают новые программы, решают «жилищные» проблемы, достраивают студию прямого эфира, покупают кино аж на 1999 год и много чего интересного планируют. Никто в конце прошлого года не верил, что они начнут вещание с 1 января. Начали, вещают и, кто его знает, может быть, действительно изменят ситуацию на рекламном рынке. Зритель-то не виноват, что кому-то этого очень не хочется.

Известия. 20.03.1997 г.

МОНОЛОГ ТЕЛЕВИЗИОННОГО УПРАВЛЕНЦА

Написав диссертацию о политической философии Данте Алигьери, он прошел через школу жизни в ЦК КПСС и «Останкино» и через несколько лет создал телеканал НТВ. Высокий, худощавый, молодой, седой, неуклюжий, свои идеи и проекты афишировать не склонен, относясь по этому качеству к разряду «тихушиников». В карьере удачлив, наверно потому, что умеет отличить проект от прожекта.

Нашему поколению не повезло — может, поэтому я отношусь к нему с некоторой подозрительностью. Когда Брежнев пришел к власти, мне было 10 лет, когда он умер — 28. Именно в этот период закладывались многие стереотипы и установки. Сейчас модно вспоминать это время с некоторой ностальгией, забывая о том, что оно было просто опасно, искалечило множество людей, которые как бы подзадержались в росте. Все те, кого можно назвать яркими реформаторами, младше меня: Григорий Явлинский, Егор Гайдар и еще, и еще... А нам вдальблывали в голову, что пока человеку не повесили -надцатую звезду и он не перестал членораздельно говорить, он все еще мальчишка.

А теперь эти сорокалетние мальчишки крайне инфантильны.

По фильму «Неоконченная пьеса для механического пианино» помню монолог одного из чеховских героев, смысл его таков: мне тридцать пять, Лермонтов уже восемь лет как лежал в могиле, Наполеон уже стал генералом, а я? Хорошо, если из этого ощущения рождается азарт, который заставляет что-то сделать. Ну, например, создать телекомпанию... А многие уже поставили на себе крест. Не знаю, как у других, но у меня есть такое ощущение: теперь или никогда!

Говоря о жизненном успехе, я имею в виду не столько деньги, сколько возможность реализовать то, что задумал. Это могут быть дела самого разного масштаба: телеканал, свечной заводик, банк, восхождение на пик Коммунизма и т.д. Но если этого не сделаешь сейчас, уже не сделаешь никогда.

Придет другое поколение, тебя отодвинут и сомнут. Нам, припозднившимся,

все-таки крупно повезло в том, что у нас этот шанс еще есть. Несколько лет пропустить — и дело труба.

• • •

Я чувствую между собой и молодыми сотрудниками НТВ дистанцию колоссальную. Они со мной здороваются, почти как с университетским профессором или динозавром. А ведь мне самому кажется, что я все-таки сохранил самоощущение молодого человека. Мне бы не хотелось, чтобы компания старела. У НТВ, на мой взгляд, будущее возможно лишь в том случае, если придут совсем молодые люди и если они сохранят взаимоотношения команды. Именно от этого зависит, будет процветать компания или жить от одного кризиса до другого. Сейчас пока грех жаловаться на отношения внутри компании, хотя я не собираюсь описывать их как идиллические. У всех — острые углы, мы притираемся друг к другу пока успешно.

• • •

Для рождения телекомпании должны соединиться три главных элемента: команда, деньги, эфир. Команда у нас есть. Деньги мы нашли. Эфир получили. Я чувствую, что некоторую часть общественности сильно волнует вопрос: вмешиваются ли инвесторы в нашу информационную политику? Не вмешиваются. Это было частью нашего договора. Кадровая политика также полностью находится под нашим контролем, прежде всего под моим. Инвесторы контролируют финансовую сторону нашей деятельности, и я считаю, что в этом нет ничего плохого: телевизионщики не умеют тратить деньги разумно. К тому же у нас в стране пока нет опыта создания мощных коммерческих телекомпаний. Мы заинтересованы в том, чтобы делать как можно меньше ошибок, а уж если сделаем — пусть нас поправят люди, добившиеся финансового успеха раньше, чем его добьется телеканал. Он, дай Бог, окупит себя через пять-шесть лет.

• • •

Считается, кто платит, тот и заказывает музыку. Думаю, это не так. Купить, то

есть «заказать», можно непрофессионала. Ему в принципе наплевать, что делать — заказную передачу или действительно неангажированные новости. Профессионала на такое не получишь. У него иные приоритеты. Поэтому банк не может купить нашу команду и не может управлять телеканалом — по той же самой причине, по которой я не могу управлять банком: я в этом решительно ничего не понимаю.

А если завтра сами банкиры попытаются делать телевидение, то кончится все худо. Единственное, что они сейчас могут, — доверять телевидение, в которое они вкладывают деньги, профессионалам.

Самые зависимые люди, которых легче всего купить, — это нищие. Если человек на государственном телевидении получает смехотворную зарплату, создаются условия для покупки журналиста. Не всякого, но многих, которым наплевать на то, что во многих странах журналист имеет очень высокий социальный статус. Действительно, многое из того, что мы видим на телеэкране, куплено, и журналист играет ту музыку, за которую заплачено.

Однако ситуация резко меняется в коммерческой компании. Да, мы платим существенно больше, чем на гостелевидении. Наша задача в том, чтобы люди не хотели и боялись потерять свое место в телекомпании. Люди, которые у нас работают, кажется, уже дорожат своей репутацией и своим рабочим местом.

Уже несколько месяцев выходят в эфир программы НТВ — «Сегодня», «Итоги», «Намедни». Теперь можно судить: какие новости менее ангажированы? Я не стану утверждать, что наши вовсе лишены этого: ведь мы все, как литература из гоголевской «Шинели», вышли из советской информационной системы. Главное там — гражданская позиция, на этом учились и многие из тех, кто работает у нас. Еще учили тому, что эта позиция должна совпадать с линией партии. Вот эта установка на обязательную авторскую позицию все еще дает себя знать.

На советском телевидении на деле не было понятия «информация» — была пропаганда. Информационная субкультура была до крайности уродлива. Ничего трагического в этом нет. Сейчас мы можем сопоставлять свои новости с программами крупнейших мировых телекомпаний — мы окружены глубоко вспаханным информа-

ционным полем. Это не значит, что надо имитировать CNN, ABC, BBC. У каждого из них свой стиль, а мы должны прежде всего работать по общим для всех профессиональным правилам и принципам. Мы не создаем информационную политику, равно как и всякую другую, мы просто хотим профессионально информировать.

Информация важна для нашего общества особенно потому, что мы слишком долгое время жили в мире кривых зеркал. Мы исходим из одной очень простой посылки: зритель не дурак, он сам повернет голову в определенном направлении — как только получит от нас порцию информации. Я не думаю, что эта концепция нова. Это вообще не концепция, это просто иной принцип взаимоотношения со зрителями. Быть может, нашим журналистам не удастся стопроцентно следовать этим принципам — они люди, и им свойственно ошибаться. Быть может, они не всегда могут создать дистанцию между собой и предлагаемой зрителю информацией. Но сейчас, я уверен в этом, они видят цель, к которой стремимся мы все: неангажированная, непартийная, неискаженная информация. Ведь телевидение — абсолютное оружие.

Телевидение — огромная головоломка. Мне кажется, что я примерно представляю, как ее собрать. Когда я уходил из «Останкино», мои речи о создании чего-то нового выглядели маниловщиной. У многих была иллюзия, что все как-то перемелется, что в «Останкино», как и повсюду, «тоже жизнь».

Прошло несколько месяцев — все изменилось, появилось НТВ, в котором работает уже двести человек. По масштабам телевидения — это пока очень скромная телекомпания. Она будет, конечно, расти, хотя нам не хочется создавать монстра. Тем не менее многие вопросы уже нельзя решить на лестнице, перекинувшись двумя-тремя словами. Первоначальный период завершается.

Телекомпанией надо управлять.

Все это нормально. Для этого я здесь и сижу и настаиваю на том, что я и здесь чистой воды управленец, базирующийся только на здравом смысле. И не поверю, будто существует наука об управлении, столь же строгая, как физика или математика. Особенно когда речь идет о телевидении.

Известия. 11.03.1994 г.

Игорь Малашенко:

ДЛЯ НАШЕЙ КОМПАНИИ НЕТ НИЧЕГО СВЯТОГО!

НТВ можно было бы назвать «самым респектабельным каналом». По крайней мере широкой публике ничего не известно ни о затяжных дразгах, ни о громких уходах, ни о сложных интригах, без которых современное телевидение не может обойтись, как без камеры.

«А почему, собственно?» — поинтересовалась я у президента компании Игоря Евгеньевича Малашенко.

ГНУСНЫЕ ИНТРИГИ

— Телевидение — всегда в какой-то мере борьба амбиций и самолюбий. В НТВ пока этого нет, хотя бывает, что кровь друг другу портим. Если угодно, то одна из моих главных задач — не допускать ситуации «пауков в банке». Именно по этому я подчеркнуто избавился от желания реализовать себя в творчестве. Если у меня возникает творческий зуд, я иду ловить рыбу или заниматься фотографией.

Вторая причина нашей мирной обстановки — мы живем в полувоенном режиме, постоянно собраны и дисциплинированы. Людям некогда заниматься театральными дразгами.

И последнее. Мы не делаем собственных сложнопостановочных программ, только новости и информацию. Фильмы и шоу мы будем покупать, и пусть производящие продюсеры сами разбираются со своими пауками и своей банкой.

— *Есть ли о вашем канале слухи о сносшибательных слухи или сплетни?*

— Откуда? Мы умеренные консерваторы, в костюмах и галстуках, аккуратно стриженные, занимающиеся очень консервативным делом...

БЕШЕНЫЕ ДЕНЬГИ

— *На самом деле ходят слухи об огромных зарплатах ваших сотрудников. Я не спрашиваю, так ли это. Мне интересно, для вас лично с какой суммы начинается понятие «бешенные деньги»?*

— Два года назад на НТВ люди действительно стали получать самые высокие легальные оклады на телевидении. Именно легальные. Вы прекрасно понимаете, что насквозь прогнившее «Останкино» держалось на системе «левых» выплат, поэтому

масса народа держалась за свои должности, формально нищенские.

Не знаю, сколько реально будут платить на ОРТ, но обещают больше нашего.

Мы стараемся сделать так, чтобы нашим работникам не надо было унижаться и ловчить. Более того, за попытку работы «налево» можно тут же вылететь с НТВ.

Что касается «бешеных денег», то мне, как главному менеджеру телекомпании, случается подписывать контракты на миллионы долларов, и это нормальные суммы, если потрачены разумно. А когда в казино человек прикуривает от стодолларовой бумажки, такие деньги действительно «бешеные». Или когда, например, кто-то покупает «Роллс-Ройс», заправляет его российским бензином и ездит на нем по российским дорогам.

ОПАСНЫЕ КОНКУРЕНТЫ

— *Есть ли на нашем телевидении канал, который вы воспринимаете как конкурентов?*

— Россия вообще страна с исключительно сильным и интересным телевидением. То один, то другой канал вырывается вперед.

Для меня совершенно очевидно, что нашим конкурентам не дает спокойно спать программа «Итоги». Ничего аналогичного по качеству они произвести не могут, поэтому, судорожно пытаясь отобрать у нас аудиторию, ОРТ в воскресенье вечером показывает свой лучший коммерческий фильм. И все равно я уверен, что смотрят «Итоги» и молятся на Ван Дамма совершенно разные зрители.

СВЯТЫЕ ПРИНЦИПЫ

— Для нашей компании нет ничего святого. Это глупо. А принципы есть. Стараемся подавать информацию максимально отстраненно, подразумевая, что зритель

не глупее нас и сам способен разобраться. Не надо ему навязывать свое мнение.

— *Когда два года назад вы начинали дело, какие у вас были гарантии, что все так хорошо получится?*

— Гарантий не было никаких. Была команда, которой опротивело «Останкино», были деньги группы «Мост», но не было эфира, так что во многом была авантюра. Я считаю, что дух здорового авантюризма неплох, если у команды есть кураж — а он был.

— *Насколько остался?*

— Остался, конечно, хотя уровень величия молодых корреспондентов за два года неизмеримо вырос. Они теперь говорят неторопливо, поворачиваются с достоинством...

Властям почему-то кажется, что государственное телевидение можно контролировать, хотя это всего лишь иллюзия. Принципы профессиональной деятельности не зависят от форм собственности. И государственная, и частная железная дорога занимается перевозкой грузов, а поезда в обоих случаях ездят по рельсам. Хотя понятно, что чиновник ждет от государственной телекомпании. Пропанганды. А мы занимаемся информацией.

— *Был ли за два года момент, когда вы пожалели, что связались в это дело?*

— Нет. Никогда. Даже в первые три месяца, когда не было ни самой телекомпании, ни места в эфире, а люди уже написали заявления об уходе с прежних мест работы.

ДАО (БЕЗ ОБЪЯСНЕНИЙ)

— *А в вашей собственной жизни был момент, когда вы пожалели, что родились на свет?*

— Нет. Ни разу.

— *Несбыточная мечта у вас есть?*

— Нет. Я неблагодарный материал для журналистов. Нет у меня ни несбыточной мечты, ни каких-то завихрений, которые можно красиво описать. Лидер должен стремиться к простоте и пустоте. Я не стремлюсь реализовать свою собственную программу, я стремлюсь дать возможность команде сделать то, что она может. Облегчить сотрудникам их труд.

Я долго этому учился, старался понять, как управляются большие организации.

Есть такое высказывание, можете его процитировать, чтобы окончательно запутать ситуацию: «Тот, кто изучает вещи, способен управлять одной категорией вещей, тот, кто изучает дао, способен управлять всеми категориями вещей».

— *Что значит «дао»?*

— Дао — то ключевое понятие философии даосизма, которое не имеет определения. Дао, имеющее имя, не есть истинное дао. В общем виде его можно определить словом «как» — как происходят вещи?

— *Вы меня окончательно запутали... А у вас бывает ощущение безумного отчаяния или счастья?*

— Мне уже сорок один год, и безумные эмоции мне не свойственны. Да вы скажите кого вам надо, — я изображу. Хотите современного Лапина, хотите Тернера. Кого?

Комсомольская правда. 10.06.1995 г.

Валерий Выжutowич

ТЕЛЕКАНАЛ НТВ: ДВА ГОДА В ПЛЕНУ У СВОБОДЫ

Может быть, самое значительное из того, что показало НТВ за два года работы, — это иное, отличное от укорененных останкинских образцов качество телевещания. 10 октября 1993 года, посмотрев первый выпуск программы «Сегодня», зритель советской закалки почувствовал разницу между информацией и пропагандой. Самым фактом своего существования НТВ обеспе-

чивает информационную стабильность: то, что все равно будет беспристрастно показано этой независимой телекомпанией, государственным вещателям уже неловко искажать или лукаво замалчивать.

О том, легко ли дается свобода и чего она стоит журналистам и руководству телекомпании, рассказывает президент НТВ Игорь Малашенко.

— *Как складывались отношения НТВ с властью в течение этих двух лет?*

— Сперва нас не то чтобы сознательно игнорировали, а просто не воспринимали всерьез. Но этот период скоро миновал. И наступило время, которое я вспоминаю теперь с ностальгией. Это весна-лето прошлого года, когда установились нормальные отношения с политиками и государственными мужами. Их пресс-службы поняли, что НТВ — серьезная телекомпания. Что быть представленным в наших информационных программах — важно и даже престижно. Отношение к независимой телекомпании стало уже несколько иным. Прежде всего как относились? Российский чиновник категорически отказывался верить, будто пресса может быть подлинно независимой. Любые разговоры на эту тему вызывали у него циничную усмешку — мол, не надо нам басни рассказывать, все вы кому-то служите. Кто, дескать, платит, тот и заказывает музыку. Подобные сентенции можно было услышать и от людей, аттестующих себя демократами. Для многих до сих пор удивительно, что пресса может быть свободной, что задача журналистов — информировать зрителя или читателя, а не наставлять. Тем не менее до осени прошлого года нам казалось, что кое-что в представлении властей о независимой прессе стало меняться. Во всяком случае, нам не мешали работать.

— *Вас поссорила с властью война в Чечне и то, как вы ее показывали?*

— Да, оказалось, что прежнее отношение к прессе совершенно не изжито, и мы тотчас же ощутили это. Наши репортеры из Чечни нередко опровергали официальную правительственную информацию. И получалось так: если временный информационный центр при правительстве заявляет, что российские военные самолеты не бомбят Грозный, а НТВ показывает бомбардировки, то... тем хуже для НТВ. Ибо по всем советским канонам средства массовой информации в таких случаях обязаны либо подтвердить официальную ложь, либо как минимум отмолчаться. Мы же делали то, что обязаны делать, — давали информацию обо всем, что там тогда происходило.

— *Тем не менее информация поначалу была несколько односторонней. Вы освеща-*

ли войну преимущественно с чеченской стороны, это было заметно.

— Перекос возник только потому, что корреспондентов НТВ какое-то время не пускали в распоряжение федеральных войск. Когда же пустили, наши репортажи стали более объективными. Но тогда посыпались иные упреки: что с вами случилось, почему отступили от своей позиции? Да ни от чего мы не отступали, и никакой особой позиции в отношении чеченских событий у нас нет. Просто даем всестороннюю информацию.

— *И вам удалось убедить кого-то, что НТВ не находится в оппозиции к власти?*

— Государственного чиновника, по-прежнему воспринимающего прессу как инструмент пропаганды, убедить в этом трудно. Но мы действительно не находимся в оппозиции ни к президенту, ни к правительству, ни к кому бы то ни было. У нас иная задача — снабжать зрителя полной, объективной информацией о событиях в стране и в мире. Не более и не менее того.

— *Вы испытываете давление цензуры в какой-либо форме?*

— Неоднократно делались публичные заявления, что нас лишат эфира... Распространялся якобы «утекший» из Кремля проект президентского указа о передаче государству 51 процента наших акций... Теперь вот за нас взялась прокуратура...

— *Каковы взаимоотношения НТВ с ее учредителем — финансовой группой «Мост»?*

— «Мост» владеет контрольным пакетом НТВ. Кроме того, является нашим кредитором. Значительную часть кредитов мы, следует сказать, уже вернули. С лета прошлого года телекомпания существует за счет рекламы. Никакого влияния на творческую деятельность НТВ группа «Мост» не оказывает. Все, что мы показываем, определяется не волей учредителя, как кому-то охотно думается, а нашим собственным пониманием дела, нашими профессиональными задачами и способностью эти задачи решать.

— *Будет ли НТВ так или иначе участвовать в избирательной компании?*

— Мы ни кому не собираемся представлять эфир для изложения предвыборных программ и оглашения политических манифестов. Да это от нас и не требуется.

Подобное предписано только государственным телекомпаниям. Однако политики жаждут запечатлеться на телеэкране и беспрестанно требуют, просят, чтобы их показывали. Но мы будем освещать выборы только в рамках информационных программ, соблюдая при этом определенный баланс и никому не оказывая предпочтений... Почему-то считается, что быть независимым легче, по крайней мере легче, чем принадлежать государству. Я бы так не сказал. К какому-то смыслу мы пленники нашей свободы. Она велит нам держаться в жестких рамках, заставляет прибегать к строгим самоограничениям.

Добротной иллюстрацией к последнему утверждению президента НТВ может служить памятка журналиста телекомпании под названием «Осторожно: выборы».

«Во время предвыборных кампаний журналисту нужно помнить не столько о том, на что он имеет право, сколько о том чего в эфире делать НЕЛЬЗЯ.

А именно:

— становиться на сторону той или иной партии, блока или кандидата;

— делать обобщения или выводы, далеко не выходящие за рамки освещаемого эпизода предвыборной борьбы, а также подменять информацию о нем изложением своего понимания происходящего;

— некритично относиться к мнениям экспертов, многие из которых обслуживают

избирательные компании определенных кандидатов и партий;

— употреблять заведомо положительно или отрицательно «заряженные» определения, идеологические ярлыки и оскорбительные эпитеты («одиозная фигура туповатого экстремиста и мярек»).

— Вы верите, что у российской независимой прессы есть если не счастливое, то хотя бы какое-то будущее?

— Хотелось бы верить. Пресса, кому бы она не принадлежала, обязана быть объективной. Водораздел проходит не между государственными и независимыми газетами или телекомпаниями, а между информацией и пропагандой, между профессионализмом и любительщиной. Относительно же благополучного развития независимой прессы я бы поостерегся делать оптимистические прогнозы. Российских политиков по-прежнему пугает все, что находится вне сферы их контроля. И я опасаясь, что однажды, презрев идейные распри, все они собьются в стаю и скажут: «Надо что-то делать с НТВ». Или: «Надо что-то делать с «Известиями». И уж где-где, а тут они придут к согласию — опыт подобного единения у них имеется. Впрочем, и нам ведь не впервой отстаивать нашу свободу...

Известия. 10.10.1995 г.

Анри Вартаков

ОН ОТКРЫЛ СЕБЯ И ДРУГИХ

Месяца три назад, зайдя в редакцию «Журналиста» я застал там такой разговор: мол, скоро перестройке десять лет и надо бы представить в ближайших номерах кого-либо из публицистов, оставивших в прессе этой бурной эпохи заметный след.

Посыпались имена. Кто-то назвал Ю.Карякина. Я предложил свою кандидатуру — Э.Сагалаева, потому как именно он, на мой взгляд, во многом определил весь нынешний облик нашего ТВ...

Офис частной телекомпании, которую создал и возглавил Сагалаев, находится на Ильинке, бывшей улице Куйбышева. Поистине — ирония судьбы: через подъезд, где ныне висит массивная вывеска «Мос-

ковская независимая вещательная корпорация», не так давно ходили партийные бонзы, даже и в страшном сне не допускавшие мысли о том, что на «их» ТВ может возникнуть нечто «частное» и «независимое». Ирония судьбы и в том еще, что практически первым посягнул на монолитность советского «электронного монстра» руководитель молодежной редакции ЦТ, человек, входивший в свое время в самую строгую номенклатуру ЦК КПСС...

Наша встреча с Эдуардом Михайловичем была короткой: дел у него не впропор. И началась она словно по заказу — с воспоминаний о «романтической», как ныне принято говорить, поре перестройки.

— Ну, вы же помните, — сказал Сагалаев, ответив на один из бесконечных звонков, — тогда всю уже сверкали «Московские новости» и «Огонек». Начали просыпаться и другие издания, а у нас на ЦТ царили тишь да благодать. Перемен никаких. И все чаще вы, критики, ставили нам в пример демократическую печать. Становилось очевидным, что и на нашем железобетонном ТВ необходимо открыть хоть какие-то шлюзы. Безопасней всего, как думали на старой площади, это можно было сделать в молодежном вещании. Во-первых, традиционно считалось, что юные граждане обо всем судят острее. Во-вторых же...

Тут вас снова прервали. Благо, что отправляясь на Ильинку, я перелистал свои старые блокнотные записи о передачах, которые тогда хлынули в приоткрывшиеся «шлюзы», перечитал газетные и журнальные вырезки с давними выступлениями самого Сагалаева и о его редакции. Так что вполне мог расшифровать и «во-первых», и «во-вторых».

Перемены на ЦТ действительно начались в молодежной редакции. Шаг за шагом шло продвижение к новой, невиданной у нас тележурналистике. В уже шедшем тогда цикле «Мир и молодежь» отказались, например, от однозначных оценок и выводов открытые финалы, рассчитанные на зрительскую дискуссию. А в конце 85-го появился «12-й этаж» с его знаменитой «лестницей», где подростки задавали людям постарше непростые вопросы и, не дождавшись от них внятных ответов, давали свои собственные. Было донельзя любопытно, как старшеклассники, лишенные замшелых идеологических табу, клали на обе лопатки умудренных жизнью комсомольских и партийных функционеров. Таковым, кстати, считался и сам Сагалаев, которому высшее телена начальство (естественно, после согласования со Старой площадью) поручило вести эту программу в эфире.

Впрочем, поручение «сверху», видимо, полностью совпадало с «тайным» замыслом самого ведущего. Осуществляя на экране «партийное руководство», он, к тому времени уже опытный телеполитик, умело обходил если не все, то многие острые углы, возникавшие в теледебатах. А кроме того, время от времени покидая свое кресло на

12 этаже для работы на экране (занятие до сей поры редчайшее для крупных телечиновников), он не ставил под удар своих коллег по редакции, которые в случае какого-либо непредвиденного скандала в эфире тут же были бы изгнаны с ТВ. Он брал всю ответственность на себя. Поступок по тем временам по-настоящему мужественный, не правда ли? Главное же, чего, по-моему, добивался тогда Сагалаев, — это на «подростковом материале» проверить крепость партийных редутов, сославшись, если что, на политическую незрелость юных участников «12-го этажа».

Этой своей интерпретацией я хотел поделиться со своим собеседником, но оказалось, что об «...Этаже» он вспоминать не любит. Объяснение, думаю, одно: «12-й этаж», увы, не устоял в бурях раннеперестроечного этапа нашей жизни, а Эдуард Михайлович, как мне кажется, — человек очень самолюбивый и потому не хочет вспоминать о своих поражениях. Напрасно. Потому что поражения-то не было. Просто «подростковая демократия» и не могла тогда выдержать схватки с партийной властью. Но дело было сделано. Не будь «...Этажа», не появилась бы самая знаменитая публицистическая передача всего минувшего десятилетия — «Взгляд».

В нашей печати об этой программе написаны уже тома. Потому и распространяться о ней не стану. Скажу лишь, что, возникнув в недрах молодежной редакции, «Взгляд» со всей очевидностью показал: открыв самого себя как экранного ведущего, Сагалаев как организатор творческого процесса дал дорогу на экран и многим своим коллегам. Во всяком случае, с его именем связана человеческая и телевизионная судьба Д.Захарова, В.Листьева, А.Любимова и примкнувших к ним позже В.Мукусева и А.Политковского.

Проталкивая этих будущих «телезвезд» на всесоюзный экран, Сагалаев использовал старый прием, взятый из опыта «12-го этажа»: подсаживал к ним прямо в эфир «дядек» — опытейшего В.Цветова, И.Фесуненко и других, проверенных и перепроверенных журналистов-международников. И теперь уже они исполняли в кадре роль Александра Морозова, умеряя горячий азарт молодых. Причем вот так умно это делалось. Никто из старших «дядек» не брал на себя роль ведущего. Они

были всего лишь «гостями». Особенно удавалось это, по-моему, В.Цветову. Он деликатно, не навязывая своих оценок, предлагал в параллель к острым суждениям молодых о нашей жизни свои наблюдения о жизни «за бугром», которая в ту пору стала именоваться у нас «цивилизованной», «подлинно демократичной» и т.д.

Ну, а вскоре, как все телезрители помнят, «дядек» из «Взгляда» убрали, и молодежь стала работать в эфире вполне самостоятельно, сохранив при этом свое неприятие истин в «последней» (читай: партийной) инстанции.

И тут новый поворот. Уже в судьбе самого Сагалаева. Вынужденно, под напором событий в стране и в мире сдавая одну позицию за другой, Старая площадь решилась на некоторую перестройку в святая святых — državной программе «Время». Заслужившей доверие партийных и телевизионных «верхов» (работает на границе фола, но до известных пределов) Сагалаев был назначен ...главным редактором информационной службы Гостелерадио СССР. Дескать, и тут он найдет «нужный» баланс.

На первых порах эта надежда вроде бы оправдалась. Новоиспеченный главный никаких правил «Времени» не нарушил. Разве что вместо двух дикторов — мужчины и женщины, вещавших написанные кем-то и согласованные во множестве инстанций тексты — на экране стали выступать диктор... и журналист. Всего-навсего. Но эта фигура, по определению уже несущая в эфир какие-то свои, сугубо личные оценки фактов и событий, сразу же изменила всю интонацию (а в какой-то мере содержание) главной телепрограммы советского дня.

Начальство не протестовало. Но вот Сагалаев запустил свой очередной «пробный шар» для проверки все тех же партийных крепостей он придумал и сам повел в эфире по воскресеньям итоговую за неделю информационную программу «7 дней» (позже — посменно с ним — делал это А.Тихомиров). И... второе поражение Э.Сагалаева: «7 дней» появились в эфире 12 ноября 89-го года и через 16 недель были... нет, не запрещены, а приостановлены. Навсегда. И, конечно же, «по просьбе трудящихся», которые якобы в массовом числе обратились в ЦК КПСС с

просьбой восстановить по воскресеньям их любимое «Время» взамен «отсебятины», прущей, по их мнению, из «7 дней».

Вспоминая об этой истории, Эдуард Михайлович своим поражением «7 дней» в отличие от «12-го этажа» не считает. Дело в том, сказал он мне, что с письмами телезрителей была бессовестная подтасовка. Когда сама редакция провела опрос, то в «массовом числе» выявилась совсем другая картина: 98 процентов опрошенных высказались за новую воскресную программу. И все же — вот драматургия жизни! — как раз тут и можно бы признать поражение Сагалаева. Ко времени возникновения «7 дней» он, судя по всему, сильно переоценил перемены на тогдашнем ТВ, решив, что уж после «12-го этажа» и «Взгляда» они на ЦТ необратимы. И ошибся: то, что еще как-то могло пройти по молодежному каналу, в тогдашних информационных программах было абсолютно непроходимо.

В моем досье лежит удивительной откровенности документ — беседа Сагалаева с телекритиком И.Петровской, опубликованная в девятом номере «Журналиста» аж за 1990 год. «Аж» потому написал, что, к чести Эдуарда Михайловича (и, не считите за лесть, журнала), этот исповедальный текст появился как раз в тот самый момент, когда запрещены были «7 дней», да и остальным нововведениям в программу «Время» тоже грозил запрет. И вот там Сагалаевым такое было наговорено: «Главная причина (закрытия «7 дней». — А.В.) в том, что итоги недели были не в пользу руководства страны. Одно дело, когда в программе «Время» мы рассказываем о нескольких событиях дня, уравнивая трагическое оптимистическим. И совсем другое, когда события недели предстают перед зрителями в концентрированном виде. Тогда оказывается, что трагического, драматического сегодня куда больше, чем радостного, жизнеутверждающего».

Беседа эта, выразительно названная «Я расстался с иллюзиями...», несла и другую, не менее взрывную для 90-го года информацию. Например, Сагалаев рассказывал о том, из чего складывается его руководящая работа в программе «Время»: на 90 процентов она состоит из разговоров с теми высокопоставленными чиновниками, которые, звоня по «вертушке», требуют

осветить их бесценную для государства деятельность. В этих условиях, понятно, никакая критическая (или даже нейтральная) информация пройти не может, ибо затрагивает интересы определенных ведомств: те тут же встают на дыбы, защищая честь мундира. И далее — вывод: до тех пор, пока не возникает у нас хотя бы один независимый от власти телеканал, ни о какой перестройке на нашем Гостелерадио СССР речи быть и не может. Это был вызов режиму. И от кого? От крупного чиновника, который, как следовало из публикации в «Журналисте», давно уже считает себя разведчиком «из будущей страны».

— Пришел я к тогдашнему председателю Гостелерадио Ненашеву, — вспоминает Сагалаев сейчас, — поделился своей мечтой сделать из четвертого канала культурно-просветительскую программу «ТВ — XXI век». Он не возражал, но вскоре сам стал неугоден. А когда пришел Кравченко, то вызвал меня и по-дружески сказал: бери на ТВ любую должность, но об общественном канале забудь. Его не будет!..

После Л.Кравченко — короткий период «телеоттепели» в пору Е.Яковлева. При нем Сагалаев стал Генеральным директором, вторым человеком в компании, однако мысли его уже были заняты собственным проектом, не связанным с государственным ТВ.

Горечь, не покидавшая Сагалаева в годы его работы на холопском Гостелерадио, обернулась в этом проекте решением создать ежедневную сугубо гуманитарную программу, независимую ни от каких властных структур. Замысел был поддержан американцем Тедом Тернером, владельцем могущественной телекомпании Ти-Би-Эс, выпускающей круглосуточную информационную программу Си-Эн-Эн. И вот 1 января 93-го года в отечественном эфире появился канал «ТВ-6», по которому пошли выпуски всемирных новостей, поставляемые американским телемагнатом, а также мультики и художественные киноленты из его фильмотеки.

Не стану входить в детали отношений между Тернером и Сагалаевым. Замечу только: сразу же появившиеся в нашей печати слухи о баснословных якобы барышах работников «ТВ-6» не имели под со-

бой никакой фактической основы. Снабжая новый независимый канал телепродукцией, Ти-Би-Эс не спешила вкладывать в «дело» Сагалаева громадные деньги. Если судить по публикациям в американской прессе (одна из них была напечатана в «Известиях» за 30 октября прошлого года), компания Тернера рассчитывала на долгий, десятилетний цикл раскрутки 6-го канала. А Сагалаев (см. его интервью газете «Москоу трибьюн») «не устраивал уровень инвестиций со стороны Ти-Би-Эс». Действительно, пока союз с Тернером сохранялся, «ТВ-6» влачило жалкое существование (его аудитория была мизерной, даже в Москве не все районы могли принимать сигнал).

Ситуация резко изменилась, когда Сагалаев расстался с американским партнером и переключился на отечественных инвесторов-акционеров (в беседе со мной он назвал крупнейший из них — ЛОГО-ВАЗ. ЛукОйл, Москомимущество, «Мосфильм»). Арендовав спутник связи, «ТВ-6» стало стремительно расширять свою аудиторию. В «Известиях» за то же 30 октября была названа 41 область, где стали принимать сигнал компании. В «Общей газете» (№1, 95 г.) эта цифра выросла до 46, а в беседе со мной Эдуард Михайлович назвал уже 53 региона.

Но перемены не только в нарастающем пространстве, на которое выходит ныне «ТВ-6». И не в увеличении эфирного времени: теперь «ТВ-6» начинает вещание с 6 утра (раньше всех других каналов, включая самые могущественные — «Останкино» и «Россию») и работает до часу ночи. Главная перемена, вызвавшая на нашем телебосклоне подлинную сенсацию, обнаружилась 1 октября прошлого года, когда «ТВ-6» выдало в эфир сразу с десяток сложных и недешевых по производству собственных цикловых передач. Тут и стало ясно, что Сагалаев сделал откровенную ставку на молодого зрителя (поистине — первая любовь не забывается!) и на тех, кто ищет на ТВ развлечения. Два главных конька его — кино и поп-музыка. Для того, чтобы обеспечить эти направления, на «ТВ-6» были приглашены В.Мережко, А.Олейников (они присоединились к работавшему до них кинокритику П.Шепотиннику), а также «рулевой «Музобоза» И.Демидов, прежде работавший в «ВиДе».

Об этих новых программах стоило бы написать подробно. А сейчас вернусь к беседе с Сагалаевым. Мое замечание об ориентации «ТВ-6» на модный ныне китч он отверг. Как мне показалось, с некоторой даже обидой. Еще больше задело его мое замечание насчет того, что телеканал, не имеющий своей собственной информационной программы, как бы ни велико было его распространение в пространстве и времени, не может считаться полноценным.

Наивно полагать, что я мог бы что-то открыть в области телеинформации моему собеседнику, который проработал в ней столько лет. И столько сделал для того, чтобы она обрела свой нынешний цивилизованный вид. Но мне показалось, что, споря со мною, Сагалаев продолжает мучительные диалоги с самим собой. Сначала он взялся было просвещать меня насчет того, что, дескать, в Америке тоже есть немало каналов совершенно без информации — только музыка или спорт, или еще что-то. Потом вдруг заговорил о чрезвычайной дороговизне телеинформации. Сказал, что одни только выпуски «Сегодня» НТВ (эта компания стала второй после «ТВ-6» частной, независимой, и, как я понял, для Сага-

лаева она сейчас — основной конкурент) стоят в 2-3 раза дороже, чем все его вещание. Но в конце нашей встречи вдруг признался «по секрету», что с сентября собирается выпускать ежедневно двадцатиминутные теленовости.

Эдуард Михайлович, надо сказать, славится среди телевизионщиков как «тихушник». Он не любит говорить о будущем, предпочитает сюрпризы (как это случилось 1 октября — говорили, что таким образом он отметил свой день рождения). Если это так, то, полагаю, коли не в сентябре, то уж с 1 октября мы точно будем иметь — наряду с «Вестями» и «Сегодня» — новости от «ТВ-6».

И тут уж в отличие от его программ про кино или музыку, со вкусом которых иногда хочется поспорить, все будет на высшем уровне. Ведь Сагалаев один из немногих, кто на нашем ТВ до тонкостей разбирается в информации. И вполне возможно, что еще не одно громкое имя появится на выстрадавшем им 6-м канале. А может, он, ставший сегодня едва ли не самым крупным у нас телеменеджером, и для себя найдет место на экране?..

Журналист. №3. 1995 г.

Марина Денисова

ПРАВИЛА ИГРЫ В ТВ

ИВАН ДЕМИДОВ РАЗМЫШЛЯЕТ О РОЛИ ТЕЛЕПРОДЮСЕРА

Профессия продюсера появилась на отечественном телевидении не так давно. Те, кто думает, что продюсер лишь вкладывает деньги в определенный проект, как коммерсант в бизнес, ошибаются. Суть своей профессии объясняет Иван Демидов, некогда только ведущий «Музобоза», а теперь продюсер и директор канала ТВ 6:

— Телевизионное продюсерство — это работа по созданию телепередач. В нашем тандеме с Эдуардом Сагалаевым (президентом ТВ 6, пригласившим меня на 6-й канал) мы оба понимаем какое телевидение хотим. Но я знаю, как это еще и сделать.

— Почему? Откуда у вас такая самоуверенность?

— Я начинал на телевидении осветителем и прошел все стадии телевизионной работы. Всю жизнь занимался производством, и меня никто не может обмануть: ни осветители, ни администраторы, ни ассистенты.

В нашей стране учить телевидению некому. Нет такого учреждения. Поэтому сегодня смысл телевизионного продюсерства в том, чтобы знать, как добиться результата. И просчитать, расходы и потери были адекватны отдаче, почувствовать конъюнктуру рынка. Например, думаю, новым каналам, которые будут только открываться, чтобы добиться успеха, придется быть специализированными: музыкальными, спортивными и так далее.

— *Почему же вы при вашей страсти к музыке не рискнули сделать отечественный аналог MTV?*

— Я всегда подчеркивал, что у меня одна страсть — телевидение, а музыка — лишь средство для наиболее быстрого и понятного общения с аудиторией. Все мое время. Кстати, это тоже входит в обязанности продюсера — знать, когда и что требуется телезрителю.

— *А что сегодня, по-вашему, готов потреблять зритель?*

— Бессмысленно сейчас обращаться ко всем сразу. Каждая программа должна определить для себя конкретных зрителей. Как это сделала передача «Я сама», женское ток-шоу, которое мы запустили в эфир. Уверен, это будет популярная программа, а к осени — просто номер один.

Но хребет канала — это новости. У нас пока нет возможности построить новостийную службу — ту, которую хотелось бы. Можно, конечно, посадить мальчиков и девочек, которым кто-то подсовывает какую-то информацию, и начать конкуренцию: у других «Новости» выходят раз в час, а у нас раз в полчаса, но в это играть не хочется. Надо браться с другой стороны. Коль зритель любит смотреть на аварии и прочие неприятные происшествия, коль они кочуют из передачи в передачу, так соберем их вместе. Кто первый? Так родилась передача «Катастрофы недели». Мы угадали ход, который позволяет пешке выйти в дамки. Существует программа «Итоги» Евгения Киселева. Флаг ему в руки. Не будем же мы делать свои «Итоги», зачем заранее обрекать себя на провал. Вот мы и решили запустить по понедельникам «Прогнозы недели» — «Итоги» с точностью до наоборот. И рассказывать станем не о том, что было, а о том, что будет. Надеюсь, ход беспроектный.

Сейчас запуск трехчасового мини-канала типа «Взгляд», с телемостами, шоу, публицистикой и так далее обречен на провал. А годика через три — то, что надо. Достигнет успеха тот, кто опять все свалит в один котел. А через пять лет снова надо будет «вычищать» жанры.

— *Значит, опять диалектика — по спирали?*

— И главная задача продюсера — угадать, когда приходит время для очередного витка.

— *Стратегия ясна. Перейдем к тактике. Насколько вы близки к процессу производства?*

— Сажу в монтажных, вместе со стилистами крашу ведущим губы.

Может быть, со временем я отойду от чистого производства и буду решать только стратегические проблемы: следить за уже созданным лицом канала, делать ему в нужный момент косметические операции. Я знаю, из каких этапов состоит жизнь программы, какие проблемы встают у любой передачи через год.

— *И какие же?*

— Зачем делиться знанием с конкурентами. Пусть это будет мое ноу-хау. Основа того учебника, который пора уже создавать для телевизионных продюсеров. Сейчас наука передается из уст в уста. Мне 32 года, и я считаю, что вырастил следующее поколение, которое нас заменит. Вот с ним и делюсь. С другой стороны — все лежит на поверхности. Нужно просто вспомнить историю некоторых телевизионных программ. Сразу многое понимаешь и соответственно можешь предугадать ошибки.

— *Какие основные проблемы сегодня у продюсеров?*

— Деньги и профессионалы. Надеюсь, что я оправдано распоряжаюсь средствами.

— *Значит, это вы определяете, сколько на какую программу потратить?*

— Это входит в мои обязанности. Тем более, что я сейчас директор канала и совмещаю в себе все — как при строительстве Магнитки: я тут и кузнец, и главный инженер, и артистов привожу тоже я.

— *А какая у вас самая дорогая передача?*

— Это коммерческая тайна. Меня на самом деле больше волнует вторая проблема: у нас очень мало людей, которые могут делать телевидение, адекватное интересам зрителей.

Для меня профессионал — человек, который от общих разговоров о добре может перейти к конкретному воплощению этой темы на экране. Лучшей передачи о добре, чем «Поле чудес», я не знаю. Найти же обиженного ребенка, показать его крупным планом и потом долго спорить — это не телевидение.

Талантливых людей на телевидении не так много. Но у меня принцип: никогда не перекупать звезд, тем более с их

программами. Пора заканчивать с беспред-
елом — тусовкой звезд по каналам. Ни-
когда знаменитый американский ведущий
Ларри Кинг, бросив CNN, не пойдет рабо-
тать на АСВ. Должна быть звезда канала,
а не переходящее красное знамя.

*— А вы не испытываете нравственные
терзания, работая на два фронта, — вы и
генеральный продюсер, а теперь еще и ди-
ректор ТВ 6, и ведущий «Музобоза» на
«Останкино»?*

— Когда я пришел к Сагалаеву, не
было и речи о том, что я должен уйти с
первого канала ради «кинобудки», какой
тогда был ТВ 6. Сегодня ТВ 6 стал для
меня таким же родным, как для Сагалае-
ва. Не хочу показаться неблагодарным
сыном первого канала. Мы любили его,
когда он действительно был первым. Но
тесно стало. Птенцы разлетелись.

Известия. 26.05.1995 г.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ ЗА РУБЕЖОМ

Владимир Познер

АМЕРИКАНСКАЯ КНОПКА

Не так давно, находясь в здании бывшего Гостелерадио СССР на улице академика Королева, я решил проверить, сохранился ли на десятом этаже спецбуфет, где в былые годы питались, пивали кофе и чай начальство и политобозреватели. К последним относился и автор этих строк — вплоть до ухода по собственному желанию как с этого поста, так и из самой организации.

Несмотря на бури перестройки и гласности, путчи и перестрелки, смены президентов и парламентов, спецбуфет сохранился. Когда я вошел, всего три человека пили там кофе, и один из них саркастически заметил, увидев меня, что, мол, «пролетая над Россией, товарищ Познер...» и т.д. в том же духе, а потом, вдруг посерьезнев, спросил: «Что, лучше работать на американском телевидении, чем на нашем?»

В ответ я пожал плечами, понимая, что сама постановка вопроса не предполагает ответа, а лишь отражает убеждение одного из руководителей «Останкино», что американское ТВ лучше российского. Это убеждение, на сколько я могу судить, является у нас распространенным. Я не знаю, на каком основании приходят к такому выводу, хотя подозреваю, что странная склонность русского человека хаять все свое и хвалить чужое играет здесь определенную роль.

Читателю, возможно, известно, что последние три года я сочетаю работу в системе американского ТВ с участием в программе «Мы», к которой прибавилась в последнее время «Если...» Этот опыт позволяет мне если не ответить на вопрос «где лучше?», то по крайней мере, рассказать, как сложено и скроено телевидение Америки, и сделать это по возможности объективно. Мне кажется, что наши зрители представляют американское телевидение

как лихую, красочную, богатую (что верно) и совершенно замечательную картинку. На самом деле все сложнее.

Телевидение США как бы состоит из четырех частей: крупных общенациональных сетей, независимых телестанций, компаний кабельного ТВ и общественного телевидения. В США нет никакого государственного ТВ. Это факт. Что же до моего мнения по поводу этого факта — об этом ниже.

К общенациональным сетям относятся ABC, CBS, NBC и «Фокс». Это «большая четверка», где каждой компании принадлежат десятки станций в разных городах США. Но владение даже десятью или пятнадцатью станциями не позволяет охватить всю страну, поэтому тут в дело вступают независимые станции, они заключают договоры с той или иной компанией из «большой четверки» на показ их продукции. В любом самом маленьком городке Америки обязательно есть три-четыре независимые телестанции, показывающие программы одной из компаний «большой четверки». Таким образом, все население США охвачено этими большими компаниями, и в этом смысле все-таки можно утверждать, что в Америке существует общенациональное телевидение. Кроме того, местные станции производят и собственную продукцию, имеют милых сердцу местного зрителя своих ведущих.

Американский зритель ничего не платит за показ программ «большой четверки» и местных станций. Но другое дело — кабельное телевидение. За получение того или иного кабельного канала надо платить: сначала за установку аппаратуры, а потом ежемесячно — абонентную плату.

Количество кабельных каналов в Америке велико, и большинство из них специализируется на программах одного типа.

Дискавери, например, совмещает наш «Клуб путешественников» и «В мире животных», ESPN передает исключительно спорт, а CNN — новости и политические дискуссионные программы. Кабельное ТВ — на все вкусы: от мультипликации до эротики и порнографии. Есть каналы, которые по вашему телефонному звонку покажут вам тот или кинофильм. Есть кабельные каналы, предлагающие самые разнообразные товары: позвоните, продиктуйте номер своей кредитной карточки, и через несколько дней выбранный товар получите на дом.

Общественное телевидение состоит из 320 станций, объединенных общим названием PBS. Оно финансируется из трех источников: 17% — из государственного бюджета, 25% — добровольные пожертвования зрителей, 58% — крупные корпорации. Отличие PBS от всего основного телевидения США состоит в том, что оно не является коммерческим и не дает рекламы, от которой зависит все остальное телевидение страны. Она же, реклама, определяет и содержание телевидения в США.

Стоимость одной рекламной минуты (или полминуты, как это принято в США) определяется строго объективным фактором, так называемой системой фирмы Нельсон. В среднем 30 секунд эфирного времени в самое лучшее время в передаче одной из компаний «большой четверки» стоит около 60 тысяч долларов. Учитывая, что по закону не может быть больше, чем 16 минут рекламы в час (а меньше, можете не сомневаться, не бывает!), за один час компания может заработать 960 тысяч долларов. Речь идет о колоссальных суммах, которые напрямую зависят от рейтинга, то есть от количества зрителей. Телекомпании стараются привлечь и удержать массовую аудиторию. Чем она больше, тем лучше. Ради этой цели телевидение идет на все, оно ищет свой «общий знаменатель» — то, что любой зритель проглотит легко, почти не жуя, пассивно, как больной усваивает содержимое капельницы.

Именно поэтому американское коммерческое телевидение (я, например, в Нью-Йорке принимаю 76 программ) поразительно однообразно. Достаточно одной компании выйти с программой, которая получила высокий рейтинг, как все остальные начинают ее копировать: декорации, стиль,

сюжеты — все схоже. Отличить эти программы можно только по ведущим, да и они подбираются по единому стандарту. Но при этом коммерческое телевидение не работает «на всех». Оно точно знает своего зрителя: утром — от 7 до 8 часов — передачи для деловых людей, ночью — после 23 часов — для неспящих интеллектуалов и молодежи идут программы достаточно высокого уровня. Кроме того, даже самые массовые передачи делаются коммерческим телевидением с высочайшим профессионализмом. На мой взгляд, «Поле чудес», которое является слепком американского «Колеса фортуны», соотносится с ним, как «Жигули» с «Мерседесом».

Но тем не менее, если американский зритель не склонен смотреть то же «Поле чудес», пусть и в блестящем исполнении, он может переключиться на PBS, которое, не являясь рабом рейтинга и рекламы, может делать передачи сложные, требующие от зрителя напряженной мысли и соучастия.

«Пепси кола» или «Дженерал моторс» с удовольствием финансируют такие программы, добиваясь тем самым уважения зрителей. А конгресс США считает своим долгом выделять определенную сумму на нужды PBS. Правда, конгрессмены пользуются этим, оказывая определенное давление на «общественное» телевидение, когда оно им кажется слишком «либеральным» (оно никогда не кажется им слишком «консервативным»!). Кстати, и крупные корпорации тоже не станут финансировать любую программу, у них тоже есть свой «соцзаказ». Поэтому и общественное телевидение в США нельзя назвать совершенно независимым. Впрочем, пора раз и навсегда усвоить: независимого ТВ нет нигде. А уровень зависимости везде возрастает. Было время, когда ABC, CBS, NBC были самостоятельными компаниями, но теперь они принадлежат могущественным концернам, которые рассматривают любую телепередачу только как товар.

Из всего сказанного может сложиться грустное впечатление, что работаете мне на телевидении в США плохо. Это не так. Я сумел найти свою профессиональную нишу в одной из кабельных телекомпаний (CNBC). Вместе с Филом Донахью мы ведем передачу, в которой ставятся острые общественно-политические вопросы.

Аудитория у нас небольшая, но интересная и неравнодушная.

Однако если обобщить и говорить не обо мне, то надо сказать, что телевидение США на 90% скучно, серо и профессионально непривлекательно для думающего человека.

Вот тут и стоит вернуться к вопросу о государственном телевидении. На мой взгляд, если государство только выделяет деньги для нормального функционирования ТВ, но при этом не имеет права по закону вмешиваться в содержание программ, тогда это хорошо. Пример тому — всемирно известная телекомпания ВВС, уровень передач которой не имеет, на мой взгляд, себе равных. В связи с этим вспоминаю наше Гостелерадио. Разумеется, государство выставляло строгие идеологические параметры, но, существуя в их рам-

ках, наше телевидение тогда производило и великолепные программы, кстати, проравившиеся сквозь времена перемен и оставшиеся на экране: «КВН», «Что? Где? Когда?», «В мире животных»... Вот если бы к нашему Гостелерадио были применены принципы, по которым живет ВВС!

Что касается сегодняшнего телевидения России, оно пытается изо всех сил стряхнуть старое, но пока мало в этом преуспело. И человеку думающему оно так же малоинтересно, как и американское ТВ.

Сомневаюсь, что нашему телевидению следует стремиться к американской модели, лучше бы развивать собственные традиции — телевидения проблемного, интеллектуального, такого телевидения, где массовому зрителю «Сага о Форсайтах» интереснее, чем «Санта Барбара».

Известия. 2.09.1994 г.

АНГЛИЙСКОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ: ВЧЕРА И СЕГОДНЯ

Население Англии составляет 57 млн. человек. В стране насчитывается 22,6 млн. телевизоров и 15,5 млн. видеомагнитофонов. Средний англичанин ежедневно уделяет просмотру передач около 3,5 часа. В последнее время эта цифра сокращается. В 1990 году общие доходы от рекламы английского коммерческого телевидения составили 2325 млн. фунтов стерлингов.

Би-би-си была создана в 1922 году как частная компания, по королевской хартии 1927 года преобразована в корпорацию с независимым статусом, финансируемую за счет абонентной платы. Последний устав Би-би-си принят в 1981 году, срок его действия истекает 31 декабря 1996 года.

Корпорация ведет вещание по двум каналам. В 1989 году телепередачи Би-би-си получили 200 национальных и международных призов.

Коммерческое подразделение «Би-би-си энтерпрайзис» занимается продажей передач, выпуском книг, журналов, видеокассет и пластинок, а также организует совместные постановки. Все доходы поступают в бюджет корпорации.

Ай-ти-ви (Независимое телевидение) — коммерческая сеть, включающая 16 компаний: 15 региональных и одну центральную, занимающуюся выпуском утренних передач. Существует за счет рекламы.

«Чэннел-4» — коммерческий канал, полностью принадлежащий Комиссии независимого телевидения. Разрешение на его создание было дано законом о вещании 1980 года. Финансируется компаниями Ай-ти-ви в обмен на размещение в его передачах рекламы. С 1992 года продает рекламное время самостоятельно.

Когда речь заходит об английском телевидении, обязательно надо учитывать британские традиции. Английское телевидение — одно из старейших в мире, и оно удивительно эластично приспосабливается к любым переменам в социально-экономической жизни страны.

После того, как консервативное правительство приняло в 1990 году новый закон о вещании, упали доходы телекомпаний от рекламы. Появилось множество спутниковых каналов. Старые вещательные службы чувствуют себя гораздо менее

удобно, чем несколько лет назад. Однако они могут быть уверены в том, что еще надолго останутся в эфире, и поэтому полезно обратиться к их прошлому.

Би-би-си охватывала своими телепередачами практически всю страну, когда в 1955 году появилось коммерческое телевидение — первое в Европе. Его передачи были ориентированы на массовую аудиторию, и новая сеть быстро перетянула на свою сторону свыше половины зрителей. Эта конкуренция подтолкнула Би-би-си к подготовке передач, которые были гораздо лучше всего того, что предлагали государственные телекомпании других стран Европы.

С другой стороны, коммерческая сеть умерила вскоре свои популистские крайности и стала более респектабельной. К Ай-ти-ви стали применяться более строгие требования, характерные для государственной компании. Система регулирования постепенно привела к тому, что обе сети стали предлагать качественные развлекательные передачи, разделив аудиторию пополам.

Би-би-си по-прежнему финансировалась за счет абонентной платы, Ай-ти-ви — рекламы. По вечерам региональные коммерческие компании, образующие Ай-ти-ви, выпускали общую программу, и борьба между ними за рекламу была незначительной.

В 1964 году Би-би-си открыла телевизионное вещание по второму каналу, который тоже финансировался за счет абонентной платы. Второй коммерческий канал — «Чэннел-4», существующий за счет рекламы, начал вести передачи в 1982 году. Он не конкурировал с Ай-ти-ви, поскольку эфирное время в нем продавалось компаниями Ай-ти-ви: они выделяли определенный, заранее зафиксированный процент от рекламных доходов для формирования бюджета «Чэннел-4». Единственным новым элементом в конкуренции за рекламу стало появление в 1983 году компании Ти-ви-эй-эм для выпуска утренних передач.

Би-би-си-1 и Ай-ти-ви стали ориентироваться на массовую аудиторию, а более молодые Би-би-си-2 и «Чэннел-4» — на «качественного» зрителя, и т.е. на более образованную часть общества. Если старые сети собирают сейчас по 40 процентов аудитории, то молодые — по 10 про-

центов. Это соотношение время от времени меняется в ту или иную сторону, но в целом пропорция 40:40:10:10 стабильна.

По традиции большая часть идущих в Англии телепередач произведена в самой Великобритании. Ай-ти-ви и «Чэннел-4» обязаны при импорте иностранной телепродукции придерживаться 14-процентной квоты. На Би-би-си формально подобной квоты нет, но и она проводит протекционистскую политику. В итоге Англия — единственная страна в Европе с самым высоким показателем собственной телепродукции на экране. Импортируются преимущественно американские и австралийские передачи. Особенно нравятся англичанам австралийские «мыльные оперы» — мелодрамы для занятых стиркой домохозяек. Доля европейских стран в английском импорте незначительна.

До 1982 года все попадающее на малый экран Англии производилось в стенах телеорганизации. Только с запуском «Чэннел-4» стало развиваться независимое телепроизводство. Новый канал сознательно шел на это, полагаясь на сотни независимых продюсеров. В 1987 году консервативное правительство призвало три другие канала отдавать под независимые постановки не менее 25 процентов эфира, и эта квота стала нормой в законе о вещании 1990 года. Для практического ее выполнения был предоставлен некоторый переходный период, завершающийся в 1992 году. Состоявшиеся в конце 1991 года перераспределение лицензий и перестройка карты коммерческой сети поднимут эту цифру даже выше 25 процентов. Некоторые новые компании Ай-ти-ви (или «Чэннел-3», как сеть будет впредь именоваться) объявили, что практически отказываются от собственного телепроизводства. С ростом независимого телепроизводства, очевидно, следует ожидать и его концентрации в более крупных студиях.

Правительство М. Тэтчер пыталось распространить на телевидении принципы рыночной экономики. Первая его попытка, впрочем не дала результата. Комитет Пикока, проводивший в 1986 году последнее крупное исследование положения дел в английском ТВ, создавался в тайной надежде на то, что он рекомендует допустить на Би-би-си коммерческую рекламу как способ решения финансовых проблем.

Пикок отверг эту идею. Поэтому правительство избрало иную тактику. Оно оставило в покое Би-би-си. Сейчас повышение абонентной платы заметно отстает от темпов роста инфляции. Правительство занялось коммерческим телевидением: в 1988 году появилась Белая книга, в 1990 году был принят новый закон о вещании.

В этом законе можно отметить два момента. Во-первых, «Чэннел-4» отныне будет продавать время под рекламу сам. Во-вторых, лицензии региональным компаниям Ай-ти-ви («Чэннел-3») предполагается продавать с аукциона тому, кто предложит самую высокую плату. При распределении лицензий был введен «качественный порог»: проводящей аукцион комиссии независимого телевидения вменялось в обязанность учитывать характер компаний-претендентов и их потенциальные возможности и только на втором этапе назначить цену на покупку лицензий. Это значит, в 1992 году обновленная частная сеть будет по-прежнему нести на себе некоторые черты, присущие государственному вещанию. Кроме

того, четвертый канал, получив право на самостоятельную коммерческую деятельность, обрел «потолок» для рекламы — его доходы не могут превышать 14 процентов расходов рекламодателей на телевидение.

Пожалуй, самый ощутимый эффект этих мер будет состоять в сокращении персонала компаний Ай-ти-ви. Для того чтобы доказать свою способность к рентабельности, они обещали сократить персонал на треть и увеличить объем передач, закупаемых на стороне, т.е. у независимых служб.

К увольнению подталкивает их и падение темпов рекламных заказов. В 1982-89 г.г. доходы английского телевидения от рекламы возросли на 70 процентов, но в последующие два года упали на 15 процентов.

Ни одна эфирная телекомпания в Англии не может быть сегодня уверена в безоблачном будущем, но все вместе они еще достаточно сильны, чтобы противостоять новейшим СМИ.

Телевидение и радиовещание за рубежом. М., 1992. Выпуск №5.

ГЕРМАНИЯ

Немецкий закон о СМК входит составной частью в Межземельный договор 1987 года (состоящий из 23 документов). Его нельзя изменять до 31 декабря 1998 года.

Юридический статус общественных станций определяется в каждой земле своим законом о вещании. Эти законы предусматривают трехступенчатую систему контроля. Общие контрольные функции принадлежат вещательному совету, представляющему интересы разных слоев общества. Совет управляющих включает финансового менеджера и лиц, контролирующих исполнение бюджета. За содержание программы отвечает генеральный директор.

Закон требует, чтобы программы были всеобъемлющи, объективны, плюралистичны, а авторы передач соблюдали законы страны. Вещание обязано предоставлять на определенных условиях время в эфире церкви и политическим партиям.

Согласно Межземельному договору, запрещаются передачи, связанные с «мо-

ральным риском» в отношении детей. Они или должны быть специально обозначены, или идти с 11 вечера до 6 утра. Фильмы, не предназначенные детям до 16 лет, не могут идти до 10 вечера; фильмы, которые можно смотреть после 18 лет, идут после 11 вечера. Однако каждая земля трактует эти ограничения по-своему.

Только в Баварии передачи могут быть запрещены еще до их показа, все другие земли осуществляют контроль после демонстрации, поэтому копии передач должны храниться 6 месяцев после выхода в эфир. Нарушение закона ведет к штрафным санкциям.

В Нижней Саксонии нет штрафов, но может быть отобрана лицензия.

Размеры абонентной платы устанавливаются в национальном масштабе по соглашению с землями. Начиная с 1992 года она составляет 23,8 марки, но в бывшей ГДР остается — 19 марок. Эта плата сохраняется до 1996 года.

Реклама на общественных каналах ограничена блоками. Она должна выходить до 8 вечера и занимать не более 25 минут в любой день и в среднем 20 минут в день. Попытка расширить этот объем провалилась. Рекламу нельзя показывать в воскресенье и в праздничные дни. Реклама табачных изделий, а также пропаганда политических и религиозных организаций

запрещена. Реклама алкогольных напитков ограничена.

Члены консультационных советов работают на добровольной основе без заработной платы, но за каждое посещение заседания им платят (от 17 фунтов ст. в Нижней Саксонии до 330 фунтов ст. в Баварии).

«TV World», 1992, September, p. 30

АВСТРИЯ

Хотя Австрийская телерадиовещательная компания ОРФ обладает монополией в области ТВ и РВ, рост конкуренции вынуждает ее руководство пристальнее следить за рейтингами и расходами. Два государственных телеканала охватывают 2,5 млн. телесемей (98 процентов населения). Спутниковые антенны есть у 6 процентов аудитории и их доля постоянно растет. Кабель охватывает 24 процента. Кроме того, 12 процентов австрийцев могут принимать телепрограммы соседних Германии и Швейцарии. Это значит, что примерно 40 процентов австрийцев смогут смотреть немецкоязычные передачи из-за рубежа. Несмотря на это, ОРФ собирает 77-78 процентов эфирной аудитории. Среди кабельных абонентов доля государственного ТВ падает до 46 процентов.

Для того, чтобы оптимизировать аудиторию и держать расходы под контролем, ОРФ первой среди европейских государственных телекомпаний разработала и внедрила систему, позволяющую почти мгновенно узнать затраты на передачи. Система

состоит из двух частей — «Телетест» и «Телекост». «Телетест», основанный на хорошо зарекомендовавших себя «человеко-счетчиках» (пилметерах), установленных в 600 семьях, позволяет получать данные о просмотре и оценке передач к утру следующего дня. Вся информация стекается по телефонной сети в научно-исследовательский институт в Вене, а после анализа на ЭВМ поступает в штаб-квартиру ОРФ к началу рабочего дня. Благодаря специальной компьютерной программе «Телекост» рейтинги автоматически соотносятся со всеми производственными затратами на все передачи предыдущего дня.

Эта информация позволяет руководству либо быстро снять неудачную передачу, либо перенести высоко оцененную в более удобное время. «Телекост» может эффективно работать только при наличии мощной внутренней системы обработки данных, содержащей все коммерческие параметры.

*«World Broadcast News»,
1992, November, p. 22*

АНГЛИЯ, ФРАНЦИЯ, ИТАЛИЯ, ИСПАНИЯ

Передачи по естествознанию собирают наибольшую аудиторию среди документальных рубрик во Франции, Англии, Италии и большинстве других стран Европы. В последние годы особенно удачными были передачи о морском мире. Но документалисты стремятся вырваться из традиционного треугольника (естествознание — ге-

ография — путешествия), гарантирующего им успех. В ФРГ, Испании и Англии показано немало интересных программ на социальные темы, причем они шли в главное смотровое время. Однако на коммерческих каналах документалистика вытесняется из этого времени.

С тех пор как Кусто показал в 1967

году свою первую серию о подводном мире, все его передачи имеют в Европе неизменный успех. Так, показанный осенью 1991 года во Франции второй выпуск «Подводного открытия мира Кусто» шел в воскресенье вечером и оказался в десятке самых популярных передач ТВ. Такой же успех выпал на долю документального фильма итальянской телекомпании РАИ-1 «Гигантский спрут» и «Морские пути» Би-би-си. Последний снимался совместно с Национальным географическим обществом. В нем профессиональные ныряльщики через подводные шлемы перед камерами, установленными под водой, вели репортаж о том, что видят, и это было новым подходом к съемкам.

Передачи по естественной истории обычно интернациональны по содержанию, единственное, что порой мешает им на международном телерынке, — это национальная форма подачи материала, что особенно характерно для англичан и французов. Вот почему такие передачи часто снимаются международными съемочными группами и тогда они охотно покупаются различными странами. Среди покупателей естественнонаучных программ лидируют Испания и Италия. В экспорте Би-би-си за 1990-91 г.г. на долю передач по естествознанию приходилось 13 процентов, причем наибольшим спросом пользовалась документальная серия «Испытания жизнью», сделанная совместно с ТВ ФРГ.

Пожалуй, самым продолжительным сериалом о дикой природе в мире остается «Выживание» (Англия) — 700 часов! Прошедшие передачи были проданы 110 странам, включая США и Канаду. Больше всего сюжетов из «Выживания» показывают итальянское РАИ и германское АРД.

13-серийный «Войджер» («Путешественник») — тоже совместная постановка английской Ай-ти-ви с Национальным географическим обществом, студией Джона Гау и «Сентрал телевижн». В Америке он шел в виде 15-минутных выпусков, а для английских зрителей его перемонтировали в получасовые передачи.

Каждые два года АРД показывает три передачи вечерней серии «Звери перед камерой» (производство Баварского ТВ) однако большую часть передач этого типа ФРГ покупает в Англии.

Многие немецкие передачи состоят из смеси купного и собственного материала — например «Чудеса земли» (АРД, 6 выпусков в год)

РАИ-3 — редко снимает передачи по естественной истории из-за высокой стоимости этих передач и из-за того, что имеются отличные передачи на эту тему за рубежом. Половина передач по естествознанию покупается, четверть образуют совместные постановки, четверть снимается своими силами. Почти все они идут под рубрикой «Гео». Пять лет назад при дебюте эта рубрика была еженедельной и шла поздно вечером. Сейчас она ежедневная и идет в раннее вечернее время, чтобы привлечь всех членов семьи. Рубрика представляет собой журнал по естествознанию и науке.

Испанская ТВЭ довела ежегодные объем закупаемых документов также совместных постановок до 40 часов (1991). Ее главные партнеры — государственные телекомпании Европы и независимые постановщики в Латинской Америке.

«Дискавери чэннел» — единственный полностью документальный тематический кабельно-спутниковый канал в Европе, выходящий в эфир из Англии. Он ведет передачи 6 часов в сутки, его аудитория оценивается в 1,5 млн. семей. Канал предлагает набор документальных и «нехудожественных» передач из США, Европы и Австралии. Большая часть передач «Дискавери» — покупная, около 10 процентов — это «реверсированный» (обновленный) чужой материал. Канал начинает практиковать заказы съемок для себя и совместные постановки.

Среди наиболее популярных документальных передач европейских стран находятся и такие, которые освещают социальные темы и темы, представляющие общественный интерес. Это относится к Англии, Испании, Германии — здесь сильны позиции государственных сетей, да и коммерческое ТВ наработало богатые традиции социальной документалистики. Би-би-си, например, сделала передачу о борьбе с наркотиками в США — эта тема достаточно интернациональна, американские проблемы становятся европейскими. Четвертый канал (Англия) одним из первых в Европе заказал фильмы у документалистов третьего мира, чтобы придать этой теме

новый аспект: до сих пор на развивающиеся страны смотрели глазами западных документалистов.

Местные темы преобладают в документалистике Германии и Англии. Би-би-си десять лет показывает серию «Небрежная юстиция» («Таф джастис») — об ошибках судов, о несовершенстве английской судебной системы.

Многие вещательные компании не выделяют документалистику, объединяя ее с текущими общественно-политическими передачами и репортажами. В графу «документалистика» не заносятся и передачи, большая часть действия которых происходит в студии. Все они называются «телевидением факта». Но как бы ни осуществлялся подсчет объема, ясно, что повсюду коммерческие сети уделяют документаль-

ным программам меньше внимания, чем государственным. В крупных странах Европы государственные каналы выпускают по одной документальной передаче в день, частные — одну или две в неделю. Есть, конечно, среди последних и исключения: это английское Ай-ти-ви и французский «Канал плюс».

Опыт французского платного канала особенно интересен. После своего старта в 1984 году «Канал плюс» увеличил объем документальных передач в четыре раза. Сейчас здесь идет по три документальных выпуска в неделю и налаживается производство собственных документальных передач. На четвертом канале в Англии документалистика составляет 10 часов в неделю, и это не только передачи о дикой природе.

ЛИДЕРЫ ЕВРОПЕЙСКОГО ТВ

Последнее десятилетие ознаменовалось бурным развитием коммерческого телевидения в Европе. На смену часто единственной в стране государственной вещательной компании пришло множество частных. В таких условиях управлять вещательной службой по плечу лишь сильнейшим, пишет английский журнал, знакомя своих читателей с десятью лидерами среди руководителей европейского телевидения начала 90-х годов.

Сильвио Берлускони (Италия) — несомненно, первый телемагнат европейского ТВ. В середине 70-х годов он заявил о себе как строитель новаторских жилых комплексов в Милане, а спустя несколько лет приступил к созданию первой общенациональной вещательной системы, альтернативной государственной телерадиоконпании РАИ. Вопреки крайне запутанному лабиринту законов о вещании и общей атмосфере анархии С. Берлускони добился этой цели, и сейчас три его телесети считаются достойными конкурентами РАИ. В 80-е годы он обратил свой взор на Европу, вложив капиталы во французское (Пятый канал) и западногерманское («Теле-5» совместно с «Кирх груп») вещание. Недавно он открыл новую, быстро развивающуюся

коммерческую сеть в Испании. Как покупатель телепрограмм, он в большой мере способствовал расширению импорта голливудской продукции в Европу. В роли производителя и продюсера программ Берлускони тоже входит в число европейских лидеров. Интересы его огромной империи во главе с компанией «Фининвест» распространяются также на такие сферы бизнеса, как издательское дело, торговля и реклама.

Франсуа Буиг (Франция) — владелец гигантской строительной компании стоит во главе частной телесети «Телевизьон франсез — 1» (ТФ -1). В начале 1991 года в борьбе за полный контроль над ней года он одержал победу над европейским коммуникационным магнатом Р.Максвеллом. Ф.Буиг и его помощники успешно выдерживают конкуренцию со стороны других общенациональных телесетей, включая канал Берлускони и государственный «Антенн-2».

Майкл Чекленд (Англия) находится у руля самого надежного телекорабля Великобритании — Би-би-си, которая твердо идет по курсу в быстро меняющемся море английского ТВ. Уже началась подготовка нового устава корпорации, который должен быть принят в 1996 году. Этот документ, возможно, переориентирует Би-би-си с целей

преимущественно общественного вещания на коммерческую деятельность. Генеральный директор Би-би-си М. Чекленд, по образованию бухгалтер, проработал в ней 27 лет.

Лео Кирх (Германия) сравнительно мало известен широкой общественности, но значимость его компании «Кирх груп» не стоит недооценивать. В 1956 году он собрал поразительную видеотеку, насчитывающую сейчас 15 тысяч кинокартин и 50 тысяч часов телепередач. Л. Кирх является не только ведущим в Германии поставщиком телематериалов, но и продюсером и сопродюсером программ, а также владельцем нескольких каналов. Ему, в частности, принадлежит, часть спутниковой сети ? и новой платной телепрограммы «Премьера», запущенной совместно с французским «Каналом плюс» и немецким конгломератом «Бертельсманн».

Пьер Мейра (Люксембург) возглавляет компанию «Сосьете эропеен де сателлит», осуществляющую вещание через спутник «Астра». Передавая программы типа «Эм-ти-ви Европа», а также ведущие англоязычные программы компании «Бритиш ской ородкастинг». «Астра» играет важную роль в изменениях европейского телевизионного ландшафта. Каналы «Астры» охватывают больше кабельных абонентов и владельцев индивидуальных спутниковых антенн, чем другие спутниковые системы Западной Европы. Запущен уже второй спутник «Астра», готовится к запуску третий, который будет показывать программы в системе телевидения высокой четкости (ТВЧ). П. Мейра много лет работал руководителем крупнейшей в Швейцарии кабельной сети, а позднее возглавлял швейцарско-немецкий платный киноканал «Телеклуб».

Руперт Мердок — один из тех, чью роль в преобразовании европейского ТВ трудно переоценить. Он направлял деятельность компании «Скай ТВ» в начале 80-ых годов, когда она активно способствовала открытию границ перед паневропейскими спутниковыми каналами. После того как «Скай» переключилась на Англию, Мердок превратил свои четыре спутниково-кабельные программы в главного конкурента ведущих английских телестанций и после короткой схватки со спутниковым проектом «Бритиш сателлайт бродкастинг» слился с ним (с выгодой для себя) в компанию «Бритиш ской бродкастинг». Р. Мердок надеет-

ся еще больше укрепить свои позиции.

Андре Руссле (Франция) придумал концепцию «Канала плюс», французской платной программы кинофильмов и осуществил ее в 1984 году. «Канал плюс» — второй по доходам (после американского «Хоум бокс офис») платный канал в мире и его деятельность, несомненно, оказала сильное влияние на французское ТВ и кино. Он является крупнейшим в стране инвеститором в кинопроизводстве. Проявляя активность на европейском континенте, «Канал плюс» открыл свои отделения в Испании и Германии. Он также принимается в Бельгии, Скандинавии и Англии.

Альберт Шарф — президент Европейского вещательного союза (УЕР), одной из крупнейших радиотелевизионных организаций мира, в рамках которой действует Евровидение. В его портфеле много честолюбивых проектов, самым актуальным из которых считается общеевропейская информационная программа «Евроныйс». Главную задачу он видит в защите интересов европейских государственных телеорганизаций.

Гастон Торн, бывший премьер-министр Люксембурга и председатель комиссии ЕЭС, возглавляет «Компани люксембуржуаз де теледиффюзьон» (КЛТ), сферы влияния которой распространены далеко за пределы страны. КЛТ родилась в 1931 году как первая в Европе частная радиостанция. Теперь ей принадлежит шесть телецентров и девять радиостанций в Люксембурге, Франции, Бельгии, Германии, Англии и Голландии. Среди первых такие известные как «РТЛ плюс» и «Теле-5» (Германия), французская М-6 и голландская РТЛ-4. В число телепроизводственных и прокатных компаний КЛТ входят французские «Амстер» и «Пандора» Компания владеет частью акций спутниковой системы «Астра», два канала которой зарезервированы для будущих франкоязычных программ.

Тед Тернер коренным образом изменил европейские теленовости, запустив в середине 80-х годов в Европе свою кабельную круглосуточную информационную сеть Си-эн-эн. По его примеру Р. Мердок создал свой канал «Скай ньюс», и число его подражателей продолжает расти. Т. Тернер готовит планы вторжения в европейское развлекательное ТВ.

Телевидение и радиовещание за рубежом. М., 1992. Выпуск №5.

ФИРМЕННЫЕ БЛЮДА СИ-ЭН-ЭН. ВСЕГДА ЛИ БУДУТ У НИХ ПОЧИТАТЕЛИ?

Мелкие телестанции обычно начинают вещание в радиусе, скажем, 40 миль. Только одна, взяв такой скромный старт, вещает сегодня на 210 стран. Автор этой публикации — ведущий специалист отдела внешних связей Межгосударственной телерадиокомпании «Мир».

Вот так случилось: прошлое лето я провела в Нью-Йорке — училась на отделении международного репортажа Колумбийского университета.

В первый же день знакомства профессор Энн Нельсон спросила: какая зарубежная телекомпания пользуется наибольшей популярностью в России?

Мне и задумываться не пришлось:

— Конечно же, Си-Эн-Эн.

Милая профессор Энн обрадовалась (во всяком случае, мне так показалось);

— Замечательно! Пусть ваша работа об этой компании станет итогом учебы у нас. Почитайте, что о них пишут, проанализируйте, посмотрите своими глазами, как они работают. Убедена, для вас это будет полезно.

Словом, я получила тему, по-нашему говоря, курсовой работы.

Итак, Си-Эн-Эн.

Начало выглядело примерно так: Тед Тернер, тридцати одного года от роду, продает отцовский бизнес по рекламным щитам и на вырученные деньги в 1970-м приобретает телестанцию в Атланте. Так была основана телекомпания, несколько позже — в 1979 году — получившая наименование «Тернер Бродкастинг Систем», в недрах которой и родилась Си-Эн-Эн. Сначала ее телесигнал распространялся на сорок миль в радиусе телецентра; сегодня Си-Эн-Эн принимают двести десять государств.

Лет пять тому назад в американской тележурналистике начался «кризис информационного жанра», вызванный как финансовыми проблемами, так и падением интереса аудитории в целом к жизни за пределами США. В результате объем международных новостей на ТВ значительно сократился. Многочисленные зарубежные филиалы телекомпаний стали сворачиваться, рабочие места — ликвидироваться.

Раньше карьера американского теле-

журналиста-международника обычно начиналась с работы в европейском, канадском или советском филиале, тот, кто рекомендовал себя не самым лучшим образом, мог рассчитывать лишь на Латинскую Америку. Теперь ситуация изменилась. Деньги здесь считать умеют: зачем держать за границей своих высокооплачиваемых сотрудников, если гораздо дешевле покупать сюжеты у национальных телекомпаний других стран. Можно обратиться и к не требующим высокой оплаты «фрилансерам» — «свободным стрелкам». В результате опытейшие, прошедшие «огонь и воду», объехавшие весь мир профессионалы вынуждены были осесть по домам и зарабатывать лишь озвучиванием чужих материалов.

Но все это никоим образом не коснулось Си-Эн-Эн, которая со своим круглосуточным вещанием стала единственной крупной и, без преувеличения, заслужившей всемирную популярность телекомпанией США, где двадцать четыре часа в сутки в эфире только новости. Разнообразнейшие программы новостей. Местных, американских и международных, Информационные выпуски и «ток-шоу». Репортажи с мест происшествий и многочасовые репортажные «сериалы», освещающие протяженные во времени события, наподобие трагедии на площади Тяньаньмынь, войны в Кувейте или уже нашумевшего судебного процесса над О.Дж. Симпсоном. Все это фирменные блюда Си-Эн-Эн. Благодаря спутниковому вещанию — а в распоряжении «родителя» Си-Эн-Эн в лице «Тернер Бродкастинг Систем» в настоящее время девятнадцать космических спутников связи — телезрители могут наблюдать самые различные события, включая и те, что происходят за тысячи километров. В 1991 году, когда президент компании Тед Тернер был избран «человеком года»,

журнал «Тайм Мэгэзин» писал: «Си-Эн-Эн превратила телезрителей всего мира в постоянных свидетелей истории».

Сейчас тернеровское детище, по крайней мере по сравнению со многими другими телекомпаниями США, процветает. Конечно, бывают пики популярности, Они связаны с кризисными ситуациями. Чуть ли не вся Америка не отходила от телеэкранов, с замиранием сердца следя за потрясающими воображение репортажами в прямом эфире из самого пекла сражений в Персидском заливе.

После окончания каждого подобного конфликта оппоненты периодически ехидничают по поводу заката «золотого времени» Си-Эн-Эн. Но в США лучшим аргументом в таких спорах являются деньги, в данном случае средства, которые компания тратит на содержание штатных сотрудников. Так вот, если в 1991 году в крупнейших телекомпаниях — Эй-Би-Си, Си-Би-Эс, Эн-Би-Си — количество сотрудников в среднем не превышало 1000-1200 человек, то штат «Тернер Броудкастинг» в целом, наоборот, вырос с 265 в 1970-м до более чем 7500 в 1995-м. В прошлом году Си-Эн-Эн располагала двадцатью девятью корпоративными и шестьюстами филиалами, разбросанными по всему, что на порядок больше, чем у остальных.

На протяжении многих лет вокруг деятельности Си-Эн-Эн кипят споры среди американских исследователей журналистики. Одни находят работу телекомпании весьма эффективной. Другие считают «живые» новости недостаточно профессиональными по сравнению с теми, что перед эфиром в обязательном порядке редактируются, иные даже считают си-эн-эновскую информацию — в силу ее непредсказуемости — опасной для неискушенного телезрителя.

При этом в ходе дискуссии одни и те же факты интерпретируются прямо противоположным образом. Одни считают, например, большой удачей, что Саддам Хусейн дал свое первое интервью о войне в Персидском заливе именно корреспонденту Си-Эн-Эн Питереу Арнетту. Другие делают из этого вывод, что Си-Эн-Эн ни много ни мало — «кафедра малопопулярных зарубежных политиков, в особенности увядающих деспотов и спонсоров терроризма», и что компания «представляла эфир продажным

диктаторам». При этом имелись в виду не только Саддам Хусейн, но и президент Филиппин Макрос, а также Муаммар Каддафи.

И все-таки положительных оценок, пожалуй, больше. Скажем, такая: «Зрители, наблюдающие Си-Эн-Эн с начала войны (в Персидском заливе), нередко бывали удивлены профессионализмом всей операции: четкой работой команд, гладким включением «живых» сюжетов, работой корреспондентов, ведущих свои репортажи непосредственно с места события и без накладок... Своим талантом Си-Эн-Эн во многом обязана местным станциям, чьи репортеры, редакторы и продюсеры действительно стремились работать... Один и тот же специалист был и оператором, и звукорежиссером, репортер-продюсер не только писал, но и редактировал свой материал». Однако у оппонентов и тут свои аргументы: «Как показала война в Персидском заливе, вклад Си-Эн-Эн носит в основном технологический характер».

Но дело тут не только в «технологии», но еще и в дипломатической тактике Си-Эн-Эн: эфир предоставляется государственным деятелям иногда вовсе не дружественных стран как бы в обмен на линии связи и доступ к источникам информации. Во всяком случае Си-Эн-Эн оказалась единственной телекомпанией, которой удалось не только вести бесперебойные трансляции во время иракско-кувейтского конфликта, но и получить разрешение администрации Ирака на провоз, размещение и использование переносной спутниковой станции. Именно эта станция и сделала практически возможной непосредственную — через спутник — трансляцию тех самых «горячих» репортажей, которые послужили всемирной славе телекомпании.

Пресса не обходит вниманием деятельность Си-Эн-Эн. В этом я убедилась. Но одно дело — читать и анализировать напечатанное, другое — увидеть самой, получить информацию из первых рук. Из чьих? Ну, например, от телезвезды Си-Эн-Эн Ричарда Росса. Энн Нельсон назвала его. Он живет в Нью-Йорке, журналист-международник, освещает деятельность ООН и к тому же отвечает за связь с представителями зарубежных телекомпаний.

Что дальше? Дальше следует открыть телефонный справочник, набрать нужный

номер и оставить необходимую информацию у секретаря. И хотя к американской обязательности я уже успела привыкнуть, но, когда на следующий день обнаружила у себя на автоответчике запись звучного, хорошо поставленного голоса Росса с просьбой перезвонить во столько-то и договориться о встрече, испытала легкое потрясение.

— Видишь, как просто! — воскликнула Энн Нельсон. — А в Москве, наверное, добиться интервью такого уровня было бы посложнее.

На что я ответила: — Еще не известно, что сказал бы Росс, окажись я какой-нибудь коренной американкой из Нью-Йорка.

Бюро Си-Эн-Эн в Нью-Йорке располагается на одном из верхних этажей небоскреба поблизости от Таймс-Сквер. Росс, высокий, сухопарый, стремительный человек, внешне типичный англичанин, встретил меня у стола регистрации, энергично пожал руку и проводил в свой кабинет. После традиционного обмена любезностями и бытовых деталей, типа «Легко ли нас нашли?», что, впрочем, заняло не больше минуты, сразу к делу.

— Я не очень понял, какую именно информацию вы хотели бы получить. Чем могу быть полезен? — Ричард Росс — весь внимание.

Наша встреча продолжалась в общей сложности часа полтора вместо предварительно оговоренных двадцати минут. Росс провел меня по комнатам и закоулкам филиала, познакомил с сотрудниками. Нью-Йоркский филиал занимает не слишком много места: две небольшие телестудии — на стене той в которую обычно приглашают гостей программы, размещается гигантское фотопанно с панорамой Нью-Йорка: дальше узкое и длинное, как трамвай, техническое помещение, где трудятся операторы в наушниках; затем рабочий кабинет Росса, из огромного окна которого открывается весь Нью-Йорк; одна большая и несколько маленьких — каждая на двух человек — комнат, отделенных от прохода пластиковыми раздвижными дверями, где репортеры на мониторах и компьютерах редактируют и монтируют свои сюжеты. Тишина. Сотрудники изредка переговариваются между собой. Каждый готовит двухминутный репортаж, который перебросят по спутниковой связи в штаб-квартиру Си-Эн-Эн, в Атланту.

Вот фрагменты из интервью с Россом:

— Вы бывали в России?

— Пока нет, но очень бы хотелось поехать.

— Вероятно, ваша работа требует часто бывать за рубежом?

— Да, конечно. Например, я несколько лет проработал спецкором Си-Эн-Эн в Риме.

— Как, просто или, напротив, сложно освещать тематику ООН?

— Непросто с точки зрения телевидения: заседания ООН — это многочасовые обсуждения достаточно серьезных проблем. Они могут носить не слишком интересный характер, длиться многие часы и заканчиваются глубокой ночью.

— Какова, по вашему мнению, специфика работы тележурналиста в Си-Эн-Эн и чем она принципиально отличается от других телекомпаний?

— Работа в Си-Эн-Эн заставляет всегда быть в форме. Кроме того, для освещения «живых» новостей необходимы эрудиция, знание объекта репортажа. Ограничиться восклицаниями типа: «О, премьер-министр сказал...» — нельзя, поскольку следует знать заранее: что, собственно, министр имел ввиду?

— Думаю, такими качествами обязан обладать любой профессионал.

— Но в других телекомпаниях не требуется такая гибкость, как у нас. Например, репортер со срочной информацией может выйти в эфире любое время, вне зависимости от расписания передач канала. Я и мои коллеги проделывали это сотни раз. И еще. Поскольку съемка идет «живьем», для корреспондента Си-Эн-Эн крайне важно уметь «открыть» человека перед телеобъективом. Не секрет, что многие, когда на них нацелен глазок телекамеры, не в состоянии вымолвить ни слова, между тем как до и после съемки с ними все в порядке, они замечательные собеседники, рассказывают интереснейшие вещи.

— Вам это всегда удается?

— Например, я горжусь тем, что «раскрыл» Генерального секретаря ООН Бутраса Гали во время недавнего достаточно рискованного совместного путешествия по ряду государств Южной Америки. Об этом я снял фильм. (Потом Росс мне этот фильм показал). Случилось так, что мы приземлились не на том аэродроме, где планировали,

и оказались в джунглях. Никто нас там не ждал. Но господин Гали никогда не теряет присутствия духа. На меня произвела сильнейшее впечатление его философия фатализма: по его мнению, ни в каких рискованных ситуациях нет оснований для страха, поскольку все предначертано заранее и от судьбы не уйдешь

Ричард Росс — сотрудник Си-Эн-Эн и, естественно, патриот своей компании. Для объективности мне хотелось бы поговорить с каким-нибудь авторитетным «экспертом со стороны». Им стала известная американская журналистка Джудит Мозес, автор независимых исследований, много и плодотворно потрудившаяся в нескольких крупнейших телекомпаниях.

Джудит высокого мнения о Си-Эн-Эн. Ей явно импонирует присущая телекомпания оперативность. Вспоминая Филиппины, где оказалась как-то в служебной командировке одновременно с командой Си-Эн-Эн, она восклицает: «Они уже садились в машины, когда я только просыпалась, а ведь я ранняя пташка, бывала на ногах уже с 6-7 часов утра. Только команда Си-Эн-Эн понимала, что вовсе не столица служит источником самых интересных новостей. Эти ребята успевали буквально повсюду, прочесывали окрестности, не пропуская ни единой деревни, в то время как остальные американские теле журналисты не выезжали из Манилы».

Кстати, Джудит отметила, что использование большого количества маленьких — не более двух-трех человек — команд является отличной чертой работы Си-Эн-Эн. Так, во время известных событий в Москве в октябре 1993 года там работали восемь телевизионных команд Си-Эн-Эн сразу. Причем у каждой был свой самостоятельный «объект».

По мнению Джудит, Си-Эн-Эн умело экономит на бюрократическом аппарате, он по сравнению с другими телекомпаниями невелик. Еще одна сильная сторона: компания первая применила в телевидении современные конверсионные технологии — тут были и разумный риск, и грамотный расчет. Речь не только об использовании спутниковой связи для «живой» трансляции оперативных репортажей с места события. Это еще и знаменитая переносная спутниковая станция, известная под романтическим прозвищем «flyaway» — «уле-

тай». А миниатюрные телекамеры Hi-8, обеспечившие съемку многочисленных «горячих» сюжетов, прежде из-за своих малых размеров игнорировались телевизионщиками — и, как продемонстрировал опыт Си-Эн-Эн, совершенно напрасно.

Но, оказывается, и у преуспевающей компании есть проблемы. И сиюминутные репортажи из разных точек планеты, и передачи, призванные служить образованию, носят некоммерческий характер, а значит, требуют немалых средств. В финансовом отношении несравненно выгоднее создавать развлекательные телепрограммы, и чем больше, тем лучше. Быть может, уже сегодня Си-Эн-Эн потихоньку движется в этом направлении — даже в русле своих новостей. Разве «живая» трансляция горящего здания или же бесконечное обсуждение симпозиевских «кровавых перчаток» — это только новости? Подобные репортажные сериалы, не требующие особого журналистского мастерства, чем-то напоминают «мыльные оперы», каждую новую серию зритель ждет с не меньшим нетерпением, чем очередную порцию «Санта-Барбары». Телезритель начинает чувствовать себя участником драматических или трагических событий, но не выдуманных, а вполне реальных. Тогда любая незначительная и, казалось бы, малоинтересная деталь приобретает особое значение — как это бывает в жизни.

Таким вот образом Си-Эн-Эн использует особенность американской аудитории, привыкшей к телевизионным «мыльным операм». Когда в новостях начинают эксплуатировать проверенный принцип зрительского эмоционального соучастия, зерно падает на подготовленную почву.

Ричард Росс в нашем с ним разговоре заметил, что и его компании необходимо прислушиваться к мнению телезрителей и показывать прежде всего то, что те хотели бы видеть, говорил, что вторжение корреспондента с «горящей» информацией в прямую трансляцию очередной многочасовой «истории» обычно вызывает поток жалоб телезрителей, которые хотят «историю» и чтобы никто не мешал. Если эта тенденция сохранится, то уровень профессионализма телевизионного репортера в недалеком будущем неизбежно значительно снизится. А раз так, то и на Си-Эн-Эн вскоре придется иметь как минимум два типа сотрудников:

репортера такого класса, как Ричард Росс, и полную ему противоположность, того, кто работает на потребу обывателя.

И не известно, кого из них через год-два назовут телезвездой.

Перед отъездом из США видела передачу: сенаторы обсуждали шансы Клинтона на переизбрание». Пригород разрас-

тается», — заметил один из них, имея в виду то, что количество не слишком образованных людей в Америке неуклонно в целом увеличивается. А это значит, тележурналисты недалекого будущего могут обнаружить, что любители развлечений вскоре станут диктовать им свои условия.

Журналист. № 3. 1996 г.

Марина Орликова

ФИЛЬМ С РУЖЬЕМ

За последние несколько лет в Штатах поднялась мощная волна общественных выступлений против сцен насилия в телевизионных фильмах и программах. Вопрос этот встал настолько серьезно, что им теперь занимается конгресс. Американцы склонны к крайностям — и вполне возможно, что конгресс вскоре примет закон, если не запрещающий, то серьезно ограничивающий насилие на экранах. Сценаристы, режиссеры, актеры и защитники свободы средств массовой информации, в свою очередь, предупреждают через газеты о том, что они изо всех сил будут бороться против решения этой проблемы с помощью федерального закона. Они оставляют за собой право включать сцены насилия в свои произведения по мере необходимости, продиктованной сюжетом. «Как бы ни ужасало насилие в нашем обществе, — говорят они, — мы не можем позволить страху перед ним лишить нас основной свободы, на которой построено это общество, свободы слова». Борьба идет нешуточная, и точка зрения творческой стороны, вроде бы, понятна. А вот на чем основано возмущение стороны противоположной?

Главная причина, как водится, — дети. Считается, что на закаленных сложной современной жизнью взрослых телевизионные шоу и фильмы особого воздействия не имеют. С детьми же все происходит с точностью до наоборот, поскольку свои основные начальные представления о жизни дети конца двадцатого века получают с экрана телевизора. А по данным Американской ассоциации психологов, среднестатистический ребенок в этой стране становится свидетелем 8 тысяч убийств (по те-

левизору, конечно), еще не закончив начальную школу. Количество крови, ежевечерне изливаемое на экране, в восьмидесятые годы утроилось.

Социологи из университета в Пенсильвании, изучавшие проблему сцен насилия на телевидении, пришли к выводу: количество таких сцен в детских программах во много раз превышает то, что видят взрослые в самое «смотрибельное» время — прайм-тайм. Соотношения выглядят примерно так:

	Детские программы	Прайм-тайм
<i>Количество актов насилия в час</i>	32	4
<i>Жестокие персонажи</i>	56%	34%
<i>Жертвы насилия</i>	74%	34%
<i>Убийцы или убитые</i>	3,3%	5,7%
<i>Персонажи, так или иначе вовлеченные в акт насилия</i>	79%	47%

Психологи говорят, что в разном возрасте дети по-разному воспринимают ужасы и насилие с экрана. В возрасте до 5-6 лет им обычно сложно отделить действительность от фантазии. Позже у них появляется некий внутренний голос, говорящий им в нужную минуту: «Да ладно тебе, это всего лишь кино!». Но пока этого голоса нет, что-нибудь страшное по телевизору может вызвать непредсказуемые последствия. Доктора часто говорят о случаях, когда ребенок и через два года не может оправиться от пережитого потрясения. Так один восьмилетний мальчик после «Парка Юрского периода» (посмотрев который, человек должен явственно ощущать себя просто едой) сказал, что диназаврику неплохо бы надеть на себя

слонявчик. Очень остроумно, и тем не менее мальчику в течение долгого времени снились исключительно кошмары.

Телекомпании предпринимают самые разнообразные меры, чтобы хоть как то отразить нападки общественности. Самой популярной из этих мер считаются транслируемые каналом и публикуемые в прессе вместе с телепрограммой «Консультации для родителей». Наиболее распространенный комментарий таков: «В связи с присутствием актов насилия — просмотр по родительскому усмотрению». Еще чаще в телевизионной программе рядом с опасной передачей или фильмом просто ставится значок «V» (violence — насилие). Но при ближайшем рассмотрении у этого метода есть масса недостатков. «Таким образом все только запутывается, потому что люди уверены: что-то делается, — считает доктор Карол Либерман, глава национальной коалиции по проблемам телевизионного насилия. — А на самом деле это надувательство — наклеивание простого пластыря на рану, которую надо зашивать». Дело в том, что система предупреждений рассчитана на присутствие родителей — во-первых, для того, чтобы прочесть программу, во-вторых, для того, чтобы выключить телевизор в нужный момент. И в ней не учитываются миллионы детей, чьи родители работают и не могут за ними присматривать, не говоря уже о тех примерно 50% ребят от 6 до 17 лет, у которых в комнате стоит собственный телевизор. Терри Ракота, основатель организации «Американцы за ответственное телевидение», говорит, что система отметок — это нечто вроде карты для детей. «Плаванье по каналам для ребенка закончено». Увидев такой значок, он скажет: «Эй, да тут и искать ничего не надо! Вот оно!» Хотя искать и так ничего не надо — наши, отечественные дети и

родители уже столкнулись с этим: стоит вспомнить хотя бы «Тома и Джерри» — мультфильм, где количество увечий просто не поддается счету. Правда, выход из положения найти можно. Это, например, компьютерное устройство, называемое «V-блок». С его помощью родители в начале недели просмотров программу, имеют возможность заблокировать для ребенка доступ к определенным фильмам и передачам. Кроме того, недавно появились устройства, устанавливающие лимит времени: скажем, дитя может смотреть телевизор только пять часов в неделю. Или час в день, — как решат родители. Эти устройства недешевы, но воспитание дороже.

Остаются, однако, проблемы с самими родителями. Им насилие тоже действует на психику. Тем более в таких количествах. По данным Центра средств массовой информации и общественных дел, с 6 часов утра до полуночи одного контрольного дня ситуация была следующей:

	Количество сцен	Процент от общего
<i>Серьезные драки</i>		
<i>без оружия</i>	389	20%
<i>Перестрелка</i>	362	18%
<i>Отдельные удары</i>	272	14%
<i>Угроза оружием</i>	226	11%
<i>Оплеухи</i>	128	6%
<i>и так далее, и тому подобное...</i>		

В качестве заключения можно привести слова президента «NBC Entertainment» Уоррена Литтлфилда: «Насилие бывает плохое и хорошее. К хорошему относятся: оскорбление действием, инцест, изнасилование, действие маньяков, гражданская война и резня. А к плохому? К плохому — прославление насилия.» Если бы телевидение действовало, исходя из этого принципа, возможно, у конгресса было бы больше свободного времени.

Известия. 23.07.95 г.

РЕКЛАМА НА ТЕЛЕВИДЕНИИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

ЗАКОН РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ «О РЕКЛАМЕ»

Принят Государственной Думой 14 июня 1995 года
СОКРАЩЕННЫЙ ВАРИАНТ

ГЛАВА 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Цели и сфера применения настоящего Федерального закона

1. Настоящий Федеральный закон регулирует отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы на рынках товаров, работ, услуг (далее — товары) Российской Федерации, включая рынки банковских, страховых и иных услуг, связанных с использованием денежными средствами граждан (физических лиц) и юридических лиц, а также рынки ценных бумаг.

Целями настоящего Федерального закона являются защита от недобросовестной конкуренции в области рекламы, предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы, способной ввести потребителей рекламы в заблуждение или нанести вред здоровью граждан, имуществу граждан или юридических лиц, окружающей среде либо вред чести, достоинству или деловой репутации указанных лиц, а также посягающей на общественные интересы, принципы гуманности и морали.

2. Настоящий Федеральный закон применяется и в тех случаях, когда действия, совершаемые за пределами Российской Федерации юридическими лицами или гражданами Российской Федерации в области рекламы, приводят к ограничению конкуренции, введению в заблуждение юридических или физических лиц на территории Российской Федерации либо влекут за собой иные отрицательные последствия на рынках товаров Российской Федерации.

3. Настоящий Федеральный закон распространяется на иностранных юридических лиц, а также на иностранных граждан

и лиц без гражданства — индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных в установленном порядке, производящих, размещающих и распространяющих рекламу на территории Российской Федерации.

4. Настоящий Федеральный закон не распространяется на политическую рекламу.

5. Настоящий Федеральный закон не распространяется на объявления физических лиц, в том числе в средствах массовой информации, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности.

Статья 2. Основные понятия

В целях настоящего Федерального закона применяются следующие понятия:

реклама — распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информации о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях (рекламная информация), которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний;

ненадлежащая реклама — недобросовестная, недостойная, неэтичная, заведомо ложная и иная реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации

контрреклама — опровержение ненадлежащей рекламы, распространяемое в целях ликвидации вызванных ею последствий;

рекламодатель — юридическое или

физическое лицо, являющееся источником рекламой информации для производства, размещения, последующего распространения рекламы;

рекламопроизводитель — юридическое или физическое лицо, осуществляющее полное или частичное приведение рекламной информации к готовой для распространения форме;

рекламораспространитель — юридическое или физическое лицо, осуществляющее размещение и/или распространение рекламной информации путем предоставления и/или использования имущества, в том числе технических средств радиовещания, телевизионного вещания, а также каналов связи, эфирного времени и иными способами...

Статья 3. Законодательство Российской Федерации о рекламе

Законодательство Российской Федерации о рекламе состоит из настоящего Федерального закона и принятых в соответствии с ним иных федеральных законов.

Отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы, могут регулироваться также указами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации и нормативными правовыми актами федеральных органов исполнительной власти, издаваемыми в соответствии с настоящим Федеральным законом.

Статья 4. Авторское право и смежные права на рекламу

Реклама может полностью или частично являться объектом авторского права и смежных прав. В этом случае авторские права и смежные права подлежат защите в соответствии с законодательством Российской Федерации.

ГЛАВА II. ОБЩИЕ И СПЕЦИАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ

Статья 5. Общие требования к рекламе

1. Реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств именно как реклама непосредственно в момент ее предоставления независимо от формы или от используемого средства распространения.

Использование в радио-, теле-, видео-, аудио- и кинопродукции, а также в печат-

ной продукции нерекламного характера целенаправленного обращения внимания потребителей рекламы на конкретную марку (модель, артикул) товара либо на изготовителя, исполнителя, продавца для формирования и поддержания интереса к ним без надлежащего предварительного сообщения об этом (в частности, путем пометки «на правах рекламы») не допускается.

Если радио-, теле-, видео-, аудио- и кинопродукция, а также печатная продукция распространяются частями (сериями), сообщения о рекламе также должны повторяться соответственно количеству частей (серий).

Организациям средств массовой информации запрещается взимать плату за размещение рекламы под видом информационного, редакционного или авторского материала.

2. Реклама на территории Российской Федерации распространяется на русском языке и по усмотрению рекламодателей дополнительно на государственных языках республик и родных языках народов Российской Федерации. Данное положение не распространяется на радиовещание, телевизионное вещание и печатные издания, осуществляемые исключительно на государственных языках республик, родных языках народов Российской Федерации и иностранных языках, а также на зарегистрированные товарные знаки (знаки обслуживания).

3. Реклама товаров, реклама о самом рекламодателе, если осуществляемая им деятельность требует специального разрешения (лицензии), но такое разрешение (лицензия) не получено, а также реклама товаров, запрещенных к производству и реализации в соответствии с законодательством Российской Федерации, не допускается.

Если деятельность рекламодателя подлежит лицензированию, в рекламе должны быть указаны номер лицензии, а также наименование органа, выдавшего эту лицензию.

4. Реклама товаров, подлежащих обязательной сертификации, должна сопровождаться пометкой «подлежит обязательной сертификации».

5. Использование в рекламе объектов исключительных прав (интеллектуальной собственности) допускается в порядке,

предусмотренном законодательством Российской Федерации.

6. Реклама не должна побуждать граждан к насилию, агрессии, возбуждать панику, а также побуждать к опасным действиям, способным нанести вред здоровью физических лиц или угрожающим их безопасности.

7. Реклама не должна побуждать к действиям, нарушающим природоохранительное законодательство.

Статья 6. Недобросовестная реклама

Недобросовестной является реклама, которая:

дискредитирует юридических и физических лиц, не пользующихся рекламируемыми товарами;

содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с товаром (товарами) других юридических или физических лиц, а также содержит высказывания, образы, порочащие честь, достоинство или деловую репутацию конкурента (конкурентов);

вводит потребителей в заблуждение относительно рекламируемого товара посредством имитации (копирования или подражания) общего проекта, текста, рекламных формул, изображений, музыкальных или звуковых эффектов, используемых в рекламе других товаров, либо посредством злоупотребления доверием физических лиц или недостатком у них опыта, знаний, в том числе в связи с отсутствием в рекламе части существенной информации.

Недобросовестная реклама не допускается.

Статья 7. Недостоверная реклама

Недостоверной является реклама, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения в отношении:

таких характеристик товара, как природа, состав, способ и дата изготовления, назначение, потребительские свойства, условия применения, наличие сертификата соответствия, сертификационных знаков и знаков соответствия государственным стандартам, количество, место происхождения;

наличия товара на рынке, возможности его приобретения в указанных объеме, периоде времени и месте;

стоимости (цены) товара на момент распространения рекламы;

дополнительных условий оплаты;

доставки, обмена, возврата, ремонта и обслуживания товара;

гарантийных обязательств, сроков службы, сроков годности;

исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполняемых работ и услуг;

Статья 8. Неэтичная реклама

1. Неэтичной является реклама, которая:

содержит текстовую, зрительную, звуковую информацию, нарушающую общепринятые нормы гуманности и морали путем употребления оскорбительных слов, сравнений, образов в отношении расы, национальности, профессии, социальной категории, возрастной группы, пола, языка, религиозных, философских, политических и иных убеждений физических лиц;

порочит объекты искусства, составляющие национальное или мировое культурное достояние;

порочит государственные символы (флаги, гербы, гимны), национальную валюту Российской Федерации или иного государства, религиозные символы;

порочит какое-либо физическое или юридическое лицо, какую-либо деятельность, профессию, товар.

Неэтичная реклама не допускается...

Статья 9. Заведомо ложная реклама

Заведомо ложная реклама, с помощью которой рекламодатель (рекламопроизводитель, рекламораспространитель) умышленно вводит в заблуждение потребителя рекламы.

Заведомо ложная реклама не допускается.

10. Скрытая реклама

Использование в радио-, теле-, видео-, аудио- и кинопродукции, а также в иной продукции и распространение иными способами скрытой рекламы, то есть рекламы, которая оказывает не осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие, в том числе путем использования специальных видеовставок (двойной звукозаписи) и иными способами, не допускается.

Статья 11. Особенности рекламы в радио- и телепрограммах

1. В радио- и телепрограммах не допускается прерывать рекламой:

детские и религиозные передачи;

образовательные передачи более чем

один раз в течение 15 минут на период, не превышающий 45 секунд;

радиопостановки и художественные фильмы без согласия правообладателей;

транслируемые в прямом эфире передачи, перечень которых установлен Федеральным законом «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации»;

иные передачи, продолжительность трансляции которых составляет менее чем 15 минут;

иные передачи, продолжительность которых составляет от 15 до 60 минут, более, чем два раза.

2. При использовании рекламы в виде наложений, в том числе способом «бегущей строки», ее размер не должен превышать семи процентов площади кадра.

3. Распространение рекламы одного и того же товара, а равно распространение рекламы о самом рекламодателе не должно осуществляться более чем два раза общей продолжительностью не более чем две минуты в течение часа эфирного времени радио- и телепрограмм на одной частоте вещания.

4. В радио- и телепрограммах, не зарегистрированных в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, реклама не должна превышать 25 процентов объема вещания в течение суток...

...Статья 16. Особенности рекламы отдельных видов товаров

1. Реклама алкогольных напитков, табака и табачных изделий, распространяемая любыми способами, не должна:

содержать демонстрацию процессов курения и потребления алкогольных напитков, а также не должна создавать впечатление, что употребление алкоголя и курение имеет важное значение для достижения общественного, спортивного или личного успеха либо для улучшения физического или психического состояния;

дискредитировать воздержание от употребления алкоголя или курения, содержать информацию о положительных терапевтических свойствах алкоголя, табака и табачных изделий и представлять их высокое содержание в продукте как достоинство;

обращаться непосредственно к несовершеннолетним, а также использовать

образы физических лиц в возрасте до 35 лет, высказывания или участие лиц, пользующихся популярностью у несовершеннолетних и лиц, в возрасте до 21 года;

распространяться в радио- и телепрограммах с 7 до 22 часов местного времени;

распространяться в любой форме в радио- и телепередачах...

Распространение рекламы табака и табачных изделий во всех случаях должно сопровождаться предупреждением о вреде курения, причем в радио- и телепрограммах данному предупреждению должно быть отведено не менее чем три секунды эфирного времени...

2. Реклама медикаментов, изделий медицинского назначения, медицинской техники при отсутствии разрешения на их производство и/или реализацию, а также реклама методов лечения, профилактики, диагностики, реабилитации при отсутствии разрешения на оказание таких услуг, выдаваемого федеральным органом исполнительной власти в области здравоохранения, не допускается, в том числе и в случаях получения патентов на изобретения в указанной области.

Реклама лекарственных средств, отпускаемых по рецепту врача, а также реклама изделий медицинского назначения и медицинской техники, использование которых требует специальной подготовки, допускается с учетом требований, предусмотренных абзацем первым настоящего пункта, только в печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников.

...3. Распространение рекламы разрешенного гражданского оружия в электронных средствах массовой информации допускается только после 22 часов местного времени.

Реклама боевого и служебного оружия, а также вооружения и военной техники, внесенных в перечень продукции военного назначения, экспорт и импорт которой в Российской Федерации осуществляется по лицензиям, допускается только в изданиях, указанных в Законе Российской Федерации «Об оружии»:

Статья 17. Особенности рекламы финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг

При производстве, размещении и распространении рекламы финансовых (в том

числе банковских), страховых, инвестиционных услуг и иных услуг, связанных с использованием денежными средствами юридических и физических лиц, а также ценных бумаг не допускается;

приводить в рекламе количественную информацию, не имеющую непосредственного отношения к рекламируемым услугам или ценным бумагам;

гарантировать размеры дивидендов по простым именованным акциям;

рекламировать ценные бумаги до регистрации проспектов их эмиссий;

предоставлять любого рода гарантии, обещания или предположения о будущей эффективности (доходности) деятельности, в том числе путем объявления роста курсовой стоимости ценных бумаг;

умалчивать хотя бы об одном из условий договора, если в рекламе сообщается об условиях договора.

Статья 18. Социальная реклама

1. Социальная реклама представляет общественные и государственные интересы и направлена на достижение благотворительных целей.

В социальной рекламе не должны упоминаться коммерческие организации и индивидуальные предприниматели, а также конкретные марки (модели, артикулы) товаров, равно как и марки (модели, артикулы) товаров, являющихся результатом предпринимательской деятельности некоммерческих организаций.

2. Осуществляемая на безвозмездной основе деятельность юридических и физических лиц по производству и распространению социальной рекламы, передаче своего имущества, в том числе денежных средств, другим юридическим и физическим лицам для производства и распространения социальной рекламы признается благотворительной деятельностью и пользуется предусмотренными законодательством льготами.

3. Рекламораспространители — организации средств массовой информации обязаны осуществлять размещение социальной рекламы, представленной рекламодателем, в пределах пяти процентов эфирного времени (основной печатной площади) в год, используемого в пределах, установленных для рекламы законодательством Российской Федерации о рекламе.

...Условия, касающиеся времени раз-

мещения и средств распространения социальной рекламы, предложенные рекламодателем, являются обязательными для рекламораспространителя, если рекламодатель обращается к рекламораспространителю не позднее чем за месяц до предполагаемого срока распространения социальной рекламы.

Оплата производства, размещения и распространения социальной рекламы производится на основании договора.

В случае превышения объема заказов на производство, размещение и распространение социальной рекламы над установленными для такой рекламы лимитами эфирного времени, ...размещения и распространения и при возникновении споров очередность производства, размещения и распространения социальной рекламы определяется в порядке получения рекламопроизводителем, рекламораспространителем оферт рекламодателей.

4. Какие-либо действия рекламопроизводителей и рекламораспространителей, препятствующие производству, размещению и распространению социальной рекламы в пределах, установленных пунктом 3 настоящей статьи, не допускаются. В случае совершения таких действий они подлежат обжалованию в суд в установленном порядке.

Статья 19. Спонсорство

Под спонсорством в целях настоящего Федерального закона понимается осуществление юридическим или физическим лицом (спонсором) вклада (в виде предоставления имущества, результатов интеллектуальной деятельности, оказания услуг, проведения работ) в деятельность другого юридического или физического лица (спонсируемого) на условиях распространения спонсируемой рекламы о спонсоре, его товарах.

Спонсорский вклад признается платой за рекламу, а спонсор и спонсируемый — соответственно рекламодателем и рекламораспространителем.

Спонсор не вправе вмешиваться в деятельность спонсируемого.

Статья 20. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы

1. При производстве, размещении и распространении рекламы в целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений

их легковёрностью и отсутствием опыта не допускаются:

дискредитация авторитета родителей и воспитателей, подрыв доверия к ним несовершеннолетних;

внушение непосредственно несовершеннолетним, чтобы они убедили родителей или других лиц приобрести рекламируемые товары;

привлечение внимания несовершеннолетних к тому, что обладание теми или иными товарами дает им какое-либо преимущество над другими несовершеннолетними, а также к тому, что отсутствие этих товаров дает обратный эффект;

размещение в рекламе текстовой, визуальной или звуковой информации, показывающих несовершеннолетних в опасных местах и ситуациях;

преуменьшение необходимого уровня навыков использования товара у несовершеннолетних. При этом в случае, если результаты использования товара показаны или описаны, реклама должна давать информацию о том, что реально достижимо для несовершеннолетних той возрастной группы, для которой предназначен товар;

создание у несовершеннолетних нереального (искаженного) представления о стоимости (цене) товара для несовершеннолетнего, в частности путем применения слов «только», «всего», и тому подобных, а также путем прямого или косвенного указания на то, что рекламируемый товар доступен для любого семейного бюджета.

2. Текстовое, визуальное или звуковое использование образов несовершеннолетних в рекламе, не относящейся непосредственно к товарам для несовершеннолетних, не допускается.

ГЛАВА III. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ, РЕКЛАМОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И РЕКЛАМОРАСПРОСТРАНИТЕЛЕЙ

Статья 21. Сроки хранения материалов, содержащих рекламу

Рекламодатель, рекламопроизводитель и рекламодистрибутор обязаны хранить материалы или их копии, содержащие рекламу, включая все вносимые в них последующие изменения, в течение года со дня последнего распространения рекламы.

Статья 22. Предоставление рекламной информации для производства и распространения рекламы

1. Рекламопроизводитель и рекламодистрибутор вправе требовать, а рекламодатель в этом случае обязан предоставить документальные подтверждения достоверности рекламной информации.

2. Если деятельность рекламодателя подлежит лицензированию, то при рекламе соответствующего товара, а также при рекламе самого рекламодателя последний обязан предоставить, а рекламопроизводитель и рекламодистрибутор обязаны требовать предъявления соответствующей лицензии либо ее надлежаще заверенной копии.

...Статья 24. Предоставление информации органам исполнительной власти

Рекламодатели, рекламопроизводители и рекламодистрибуторы обязаны по требованию федеральных органов исполнительной власти (их территориальных органов), на которые возложен контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в установленный срок предоставлять достоверные документы, объяснения в устной или письменной форме, видео- и звукозаписи, а также иную информацию, необходимую для осуществления предусмотренных настоящим Федеральным законом полномочий.

ГЛАВА IV. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОНТРОЛЬ И САМОРЕГУЛИРОВАНИЕ В ОБЛАСТИ РЕКЛАМЫ

...Статья 26. Полномочия федерального антимонопольного органа по государственному контролю в области рекламы

1. Федеральный антимонопольный орган (его территориальные органы) осуществляет в пределах своей компетенции государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе. Этот орган (его территориальные органы):

предупреждает и пресекает факты ненадлежащей рекламы, допущенные юридическими и физическими лицами;

направляет рекламодателям, рекламопроизводителям и рекламодистрибуторам предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, решений об осуществлении контррекламы;

направляет материалы о нарушениях законодательства Российской Федерации о рекламе в органы, выдавшие лицензию, для разрешения вопроса о приостановлении

или о досрочном аннулировании лицензии на осуществление соответствующего вида деятельности;

направляет в органы прокуратуры, другие правоохранительные органы по подведомственности материалы для решения вопроса о возбуждении уголовного дела по признакам преступлений в области рекламы.

2. Федеральный антимонопольный орган (его территориальные органы) вправе предъявлять иски в суды, арбитражные суды, в том числе в интересах неопределенного круга потребителей рекламы, в связи с нарушением рекламодателями, рекламопроизводителями и рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе и о признании недействительными сделок, связанных с ненадлежащей рекламой...

Статья 27. Право доступа к информации

1. Сотрудники федерального антимонопольного органа (его территориальных органов) в целях выполнения возложенных на этот орган функций по контролю за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе имеют право беспрепятственного доступа ко всем необходимым документам и другим материалам рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.

2. Сведения, составляющие коммерческую тайну и полученные лицами, указанными в пункте 1 настоящей статьи, разглашению не подлежат.

В случае разглашения сведений, составляющих коммерческую тайну, причиненные убытки подлежат возмещению федеральным антимонопольным органом (его территориальным органом) в порядке, установленном законодательством.

3. Лица, указанные в пункте 1 настоящей статьи, допускаются в организации, осуществляющие деятельность, связанную с использованием сведений, составляющих государственную тайну, в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Статья 28. Права органов саморегулирования в области рекламы

1. Органы саморегулирования в области рекламы — общественные организации (объединения), ассоциации и союзы юридических лиц:

привлекаются к участию в разработке требований к рекламе, в том числе проектов законов и иных нормативных правовых актов;

проводят независимую экспертизу рекламы на предмет установления ее соответствия требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе и направляют соответствующие рекомендации рекламодателям, рекламопроизводителям и рекламораспространителям;

привлекаются федеральным антимонопольным органом (его территориальными органами) при осуществлении им контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе;

направляют в органы прокуратуры материалы и обращаются в федеральные органы исполнительной власти в связи с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Органы саморегулирования в области рекламы вправе предъявить в установленном порядке иски в суд, арбитражный суд в интересах потребителей рекламы, в том числе неопределенного круга потребителей рекламы, в случае нарушения их прав, предусмотренных законодательством Российской Федерации о рекламе.

При удовлетворении иска в отношении неопределенного круга потребителей рекламы суд или арбитражный суд обязывает правонарушителя довести решение суда или арбитражного суда до сведения указанных потребителей через средства массовой информации или иным способом в установленный им срок.

ГЛАВА V. КОНТРРЕКЛАМА И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НЕНАДЛЕЖАЩУЮ РЕКЛАМУ

Статья 29. Контрреклама

1. В случае установления факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе нарушитель обязан осуществить контррекламу в срок, установленный антимонопольным органом (его территориальным органом), вынесшим решение об осуществлении контррекламы. При этом нарушитель несет расходы по контррекламе в полном объеме.

2. В случае, если контрреклама не осуществлена нарушителем в установленный срок, федеральный антимонопольный орган (его территориальный орган), принявший решение о проведении контррекламы,

вправе принять решение о полном или частичном приостановлении рекламы нарушителя до дня завершения распространения им контррекламы.

При этом орган, принявший решение о полном или частичном приостановлении рекламы нарушителя, обязан немедленно поставить об этом в известность все стороны договоров с нарушителем на производство, размещение и распространение его рекламы.

3. Контрреклама осуществляется посредством того же средства распространения, с использованием тех же характеристик продолжительности, пространства, места и порядка, что и опровергаемая ненадлежащая реклама. Содержание контррекламы согласовывается с федеральным антимонопольным органом (его территориальным органом), который установил факт нарушения и принял соответствующее решение о его исправлении.

В отдельных случаях по решению федерального антимонопольного органа (его территориального органа), который принял решение о проведении контррекламы, допускается замена средства распространения, характеристик продолжительности, пространства, места и порядка осуществления контррекламы.

Статья 30. Ответственность рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя

Рекламодатель несет ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе в части содержания информации, предоставляемой для создания рекламы, если не доказано, что указанное нарушение произошло по вине рекламопроизводителя или рекламораспространителя.

Рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе в части оформления, производства, подготовки рекламы.

Рекламораспространитель несет ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе в части, касающейся времени, места и средств размещения рекламы.

Статья 31. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе

1. Юридические лица или граждане

(рекламодатели, рекламопроизводители и рекламораспространители) за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе несут гражданско-правовую ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Лица, права и интересы которых нарушены в результате ненадлежащей рекламы, вправе обратиться в суд, арбитражный суд с исками, в том числе с исками о возмещении убытков, включая упущенную выгоду, возмещении вреда, причиненного здоровью и имуществу, компенсации морального вреда, публичном опровержении ненадлежащей рекламы.

Истцы по искам о возмещении вреда, причиненного ненадлежащей рекламой здоровью, имуществу, чести, достоинству и деловой репутации, освобождаются от уплаты государственной пошлины.

...3. Федеральный антимонопольный орган (его территориальные органы) вправе налагать штрафы на рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей за неисполнение в срок предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и решений об осуществлении контррекламы в размер до 5000 минимальных размеров оплаты труда, установленных федеральным законом. Сумма штрафа, уплаченная рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем в соответствии с настоящим Федеральным законом, зачисляется в соответствующие бюджеты в следующем соотношении:

40 процентов — в федеральный бюджет;

60 процентов — в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрированы юридическое лицо или индивидуальный предприниматель — рекламодатель, рекламопроизводитель или рекламораспространитель.

Взыскание штрафа производится в судебном порядке, если уплата штрафа не произведена добровольно.

Уплата штрафа не освобождает рекламодателя, рекламопроизводителя или рекламораспространителя от исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе или от исполнения решения об осуществлении контррекламы.

4. Рекламодатель, рекламопроизводитель или рекламораспространитель вправе обратиться в суд, арбитражный суд с заявлением о признании недействительным полностью или частично предписания или решения федерального антимонопольного органа (его территориального органа) в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Подача указанного заявления не приостанавливает исполнение предписания или решения федерального антимонопольного органа (его территориального органа), если судом или арбитражным судом

не будет вынесено определение о приостановлении исполнения названных актов.

...Статья 33. О введении в действие настоящего Федерального закона

1. Настоящий Федеральный закон вступает в силу со дня его официального опубликования.

2. Действие пункта 1 статьи 16 настоящего Федерального закона в отношении рекламы алкогольных напитков, табака и табачных изделий в телепрограммах с 1 января 1996 года отменяется, и реклама этих товаров в телепрограммах с этого времени не допускается.

РЕГУЛИРОВАНИЕ РАДИОТЕЛЕРЕКЛАМЫ ЗА РУБЕЖОМ

1. Общие принципы регулирования

Австрия. Федеральный закон о задачах и организации Австрийской радиовещательной компании (ОРФ) 1984 года предоставляет ОРФ право использовать эфирное время под коммерческую рекламу при условии, что одна из радиопрограмм будет свободна от рекламы.

Канада. Закон о вещании 1968 года не содержит никаких положений о рекламе.

США. Закон о связи 1934 г. поддерживает идею саморегулирования. Федеральная комиссия связи не вмешивается в содержание рекламы, если та не нарушает существующие законы. Некоторые правила для рекламы устанавливает Федеральная комиссия по торговле.

Дания. Закон 1973 г. о деятельности радио и телевидения и поправки к нему допускают рекламу на втором канале общественного ТВ. Производством и размещением рекламы на ТВ-2 занимается специальная комиссия с ограниченной ответственностью, причем правительство является одним из пайщиков этой компании. Реклама должна выделяться из программы.

Франция. По закону об аудиовизуальной коммуникации 1982 г. рекламные объявления должны быть легко распознаваемыми и выделяться из программы.

Германия. Немецкий закон о средствах массовой коммуникации входит состав-

ной частью в Межземельный договор 1987 г. (состоящий из 23 документов) и действует до 31 декабря 1998 года. Реклама выделяется из программы и не оказывает влияния на передачи. Более подробные правила разрабатываются для каждой вещательной службы.

Италия. Согласно закону 1990 года о регулировании общественных и частных радио- и телесистем, реклама подчиняется определенным ограничениям: она не может унижать человеческое достоинство, должна выделяться из основной программы.

Голландия. По закону о вещании 1987 г. рекламные блоки поставляет специализированная ассоциация радио- и телерекламы.

Швеция. Различные стороны деятельности вещания определяются отдельными законами и соглашениями между государством и радиотелекомпаниями. Коммерческая реклама запрещена повсюду, кроме (с 1992 года) программы ТВ-4.

Англия. Законом о вещании 1990 г. поручает разработку кодекса принципов, которые должны соблюдаться в рекламе и спонсорных передачах, комиссии по ТВ и правлению по делам радио. На общественном радио и ТВ (Би-би-си) реклама запрещена. Возможно, этот запрет будет снят при пересмотре устава («Королевской хартии») Би-би-си в 1996 году.

2. Объем и частота выхода в эфир

Австрия. На радио — не более 120 минут, на ТВ — не более 20 минут в сутки. В праздничные дни реклама не допускается.

США. Объем рекламы не ограничивается. В 1984 году был отменен добровольный кодекс Национальной ассоциации вещания, содержавший рекомендации относительно допустимого объема рекламы в разные часы вещательного дня.

Дания. Рекламное время не должно превышать: на ТВ-2 — 15 минут в сутки, на местном ТВ — 10 процентов общего объема вещания.

Франция — никаких ограничений.

Германия. В частном вещании реклама не должна превышать 20 процентов объема ежедневных программ. На общественных АРД и ЦФБ рекламные блоки выходят до 8 вечера и занимают не более 25 минут в день. В выходные дни и праздники реклама не показывается. Попытки расширить объем рекламы при разработке закона 1987 г. провалились.

Италия. В общественном вещании реклама занимает не более 12 процентов в час, в частном — не более 18 процентов на общенациональном и 20 процентов — на местном уровне.

Голландия. Ассоциация рекламы получает не более 6 процентов общего эфирного времени. По воскресеньям реклама не выпускается.

Швеция, Англия — без ограничений.

3. Рекламные перерывы

Австрия. Передачи рекламой прерываться не должны; реклама размещается между передачами.

США. Согласно установившейся практике, реклама прерывает передачу в самые напряженные моменты действия.

Дания. Рекламные объявления группируются в блоки и выходят между передачами. На местном радио реклама может прерывать передачи.

Франция. Показ аудиовизуальных или кинематографических произведений нельзя прерывать чаще одного раза, за исключением случаев, согласованных с Высшим аудиовизуальным советом. В общественном вещании и на платном ТВ передачи вообще не прерываются рекламой.

Германия. Передачи продолжитель-

ностью свыше 60 минут можно прерывать одной рекламной вставкой.

Италия. Включение рекламы в театральное произведение, кинофильмы, оперы допускаются через интервалы, обычно принятые в театрах или кинотеатрах. Для работ, занимающих свыше 45 минут, допускается еще один перерыв. Контролирующий орган вправе определять типы передач, которые вообще нельзя прерывать рекламой.

Англия. Законодательных ограничений нет, но вещание придерживается концепции «естественного перерыва» между сценами.

4. Запреты

Австрия. Запрещена реклама табачных и спиртных изделий.

Франция. На период предвыборной кампании запрещается политическая реклама.

Германия. Запрещена реклама табачных изделий, реклама политических и религиозных организаций. Ограничена реклама алкогольных напитков.

США. Запрещена табачная реклама; прямого запрета алкогольных напитков нет.

Германия, Италия, Дания, Швеция — закон не содержит запретов в отношении содержания рекламы.

Англия. Запрещается политическая реклама, но периодически выходят радио- и телепередачи политических партий.

5. Подсознательная реклама

Австрия. Не воспринимаемая глазом реклама по ТВ запрещена.

Италия. Рекламные объявления должны восприниматься органами чувств. Запрещаются какие бы то ни было сублиминальные сообщения.

Англия. Сублиминальные передачи запрещены.

6. Спонсорство

Австрия, Голландия, Канада, Швеция. Законы о вещании не содержат положений о спонсорстве.

Дания. Закон разрешает прямое и косвенное финансирование радио- и телевизионных программ физическими и юридическими лицами с целью популяризации названия компании, торговой марки, товаров и т.п. При этом редакция обязана найти

способы четкого обозначения спонсорной программы.

Франция. Общественное ТВ допускает спонсорную поддержку, если это отвечает образовательным, культурным и социальным целям.

Германия. Программы, финансируемые третьим лицом, допускаются лишь в том случае, если не служат экономическим интересам спонсора.

Италия. Спонсор не должен влиять на содержание передач; передача снабжается соответствующими титрами или объявлениями.

Швейцария. Запрещается спонсорская поддержка информационных и политических передач.

США. Спонсорные передачи должны объявляться.

Англия. Закон не содержит положений о спонсорстве, однако спонсорство практикуется по внутренним правилам радиотелекомпаний.

7. «ТВ без границ»

Директива ЕЭС о трансевропейском вещании 1989 года после ратификации обязательная для всех 12 стран-членов ЕЭС (Ирландия, Англия, Франция, ФРГ, Италия, Португалия, Бельгия, Голландия, Люксембург, Дания, Греция). Текстуально воспроизводящая ее конвенция Совета Европы имеет рекомендательный характер еще для десяти стран (Исландия, Австрия, Швеция, Норвегия, Кипр, Швейцария, Лихтенштейн, Мальта, Сан-Марино, Турция).

Директива «ТВ без границ» ограничивает общий объем коммерческой рекламы 15 процентами эфирного времени дня и 20 процентами (12 минут) каждого часа.

В кинофильмах первая коммерческая перебивка допускается через 45 минут после начала, вторая — спустя еще 20 минут. Требуется, чтобы рекламное объявление приходилось на «естественный перерыв», соответствующий содержанию фильма. Другие типы передач могут прерываться рекламой каждые 20 минут. Детские, религиозные, документальные и общественно-политические передачи и новости прерываются рекламой только в том случае, если занимают более полчаса.

В рекламе не допускается расовая, религиозная и иная дискриминация. Полностью исключена реклама сигарет, лекарств и методик лечения. Рекламу алко-

голя нельзя адресовать конкретной аудитории, запрещено связывать употребление спиртных напитков с физическими действиями и ездой на автомобиле.

Ни директива, ни конвенции не запрещают показ рекламы (в том числе спутниковой) для жителей другой страны.

Запрещено «патронирование» одним рекламодателем или спонсорство новостей и общественно-политических передач. Спонсор не влияет на содержание программы и ее место в расписании. Имя спонсора должно быть четко обозначено в титрах.

Телевидение и радиовещание за рубежом. М., 1993. Выпуск №8.

• • •

Во многих странах Западной Европы для защиты национального эфира от массированного вторжения иностранной телепродукции и стимулирования местного производства программ введены квоты.

В Великобритании введена 86 процентная квота на европейские (включая английские) передачи. Ночью однако (12 до 6 утра) европейское содержание опускается до 25 процентов.

Во Франции 50 процентов эфирного времени должно приходиться на местные передачи. Вместе с европейскими постановлениями эта цифра составляет 60 процентов.

В Германии квот нет.

В Италии 25 процентов вещания должны занимать местные передачи, поставленные в последние пять лет. На европейскую продукцию должно приходиться 50 процентов.

В Нидерландах квота составляет 20 процентов для передач по культуре, 25 — для информационных, 5 — образовательных, 25 — развлекательных, 60 процентов отводится для европейских передач, включая местные.

В Испании котируются только кинофильмы: 55 процентов из них должны иметь испанскую звуковую дорожку, 40 процентов приходится на Европу.

«TV World», 1991, October, p. 11.

ФРАНЦИЯ

С декабря 1991 года французские власти ослабили ограничения на показ иностранных телепередач и фильмов. Согласно новому закону, доля местных передач снижена

с 50 до 40 процентов в часы наибольшего просмотра (во Франции это с 18 до 23 часов ежедневно и с 14 до 18 часов в среду, когда не учатся дети). Новые квоты отражают существующую практику: в 1991 году собственная продукция занимала от 40 до 50 процентов на большинстве французских телесетей.

Закон предусматривает, что 60 процентов объема вещания должно отводиться для европейских передач, причем в нем не сказано, что эта квота для 12 стран ЕЭС. Тем самым создаются благоприятные условия для импорта передач из стран Восточной Европы и бывшего Советского Союза.

Существовавшие до этого 50-процентные квоты были введены законом 1986 года, однако они не способствовали процветанию французского телепроизводства.

«European Media», 1992, Febr. 17, p. 9

США

Слова «коммерческая реклама» в США стали по сути эвфемизмом: ими обозначается не только информация о товарах и услугах, но и «образ жизни, взгляд на мир, философия», подчеркивает в книге «Спонсор» (1979) видный исследователь американского вещания Эрик Барноу. Реклама, по его мнению, — это основной инструмент создания образа корпораций, способ вербовки людей в американскую армию, способ заманивания туристов в другие страны, средство политических компаний и даже пропаганды. Часто под видом продажи товаров реклама протаскивает определенную идеологию. Она влияет на образование и религию. Вместе с тем реклама — это центральный элемент телевизионных программ, по своему блеску затмевающий все другие. Возможно, с этого и начинается ее эффективность во всех других сферах.

Американцы сами не замечают, как телереклама влияет на их повседневную жизнь. Еще до того как ребенок начинает говорить, она пытается воспроизвести рекламную песенку, услышанную с телеэкрана. Песни, лозунги и юмор рекламных объявлений вошли в современный американский фольклор. Даже в поезде и баре в разговорах людей ощущается влияние рекламы. 74 процента американцев, по опросам компании Ропера, смотрят рекламу «из удовольствия».

Каждый год из 40 тысяч объявлений, предоставляемых на ежегодном Американ-

ском фестивале телевизионной рекламы, примерно 50 получают награду «Клио» (муза истории). Эти награды существуют с 1960 г. и присуждаются по нескольким десяткам категорий. Ролики-победители записываются на кассеты, которые выдаются напрокат.

Даже в золотой век радио мало кто из популярных актеров и общественных деятелей соглашался участвовать в рекламных передачах. ТВ изменило престиж рекламы. Сегодняшние рекламные телеролики напоминают международный справочник «Кто есть кто». Так, незадолго до смерти Пол Гетти, самый богатый человек в мире, снялся в клипе, рекламировавшем одну брокерскую фирму. Лоренс Оливье, звезда из звезд, демонстрировал фотоаппарат, Генри Фонда виниловые покрытия для пола и т.д. Некоторые актеры стали звездами благодаря рекламным клипам.

Непосвященным зрителям реклама кажется веселой игрой, но эта игра на большие деньги. На производство 30-секундного ролика тратится от 20 до 200 тыс. долларов. Если бы сами передачи ставились по такой же шкале, то 90-минутная программа обходилась в 45 млн. долларов — дороже знаменитой «Клеопатры». Члены Гильдии актеров экрана США зарабатывают на рекламе большие деньги, чем на кинофильмах и телепередачах вместе взятых. Реклама стала центром творческих устремлений и усилий.

Производственные расходы, разумеется, это лишь начало. За показ 30-секундного клипа в главное смотровое время рекламодатель платит от 10 до 100 тыс. долларов, а поскольку его показывают неоднократно, порой даже сотни раз, один рекламный ролик представляет собой сердцевину многомиллионного предприятия.

Телевидение как драматическое средство, полагающееся на ресурсы всех видов искусств, имеет беспрецедентные возможности давления на психику. Это давление усилилось, когда с 60-секундного стандарта реклама стала переходить на 30-секундный. В нем нет времени на документированную, разъясняющую информацию. На рациональном уровне зритель относится скептически к восхвалениям качеств товара, но на подсознательном уровне он усваивает ценности, навязываемые рекламой.

Особенно уязвимы в этом отношении

дети. С 1968 года Движение за детское ТВ заваливает комиссии конгресса материалами против засилья рекламы в детских передачах, против использования популярных детских персонажей для проталкивания товара, перекосов в рекламе. Например, в эфире США масса рекламы конфет и почти нет рекламы фруктов, овощей, молока: такой перекоп вызывает протест специалистов по питанию. Под давлением Движения Национальная ассоциация телестанций призвала ограничить максимум рекламы в детских передачах 10, а затем 9,5 минутами (вместо 16). Хотя ТВ сократило объем рекламы в детских передачах, из-за перехода на 30-секундный стандарт общие его доходы продолжают расти.

Воздействие рекламы на американскую политику Барноу называют «опустошающим». За исключением новостей и редких дискуссий вклад ТВ в предвыборные кампании состоит в продаже эфирного времени кандидатам. Претенденты на пост президента, губернатора или сенатора больше не пишут речей, они разрабатывают и проносят рекламные ролики. Реклама стала главным средством избирательных компаний, и политические ролики создаются по законам торговой рекламы теми же рекламными агентствами. Нигде такой практики нет. Обычно в Европе эфирное время предоставляется партиями в зависимости от голосов, собранных на предыдущих выборах.

E. Barnouw. The Sponsor. Oxford Univ. Press, 1979, pp. 79-99.

По мере того, как американское книгоиздательское дело все сильнее ориентируется на массовый рынок, информационно-развлекательные телепередачи типа «Сегодня», «Опры», «Шоу Донахью» все охотнее приглашают к телекамерам авторов книг. В начале 1992 года заговорили даже о буме книжных сюжетов на ТВ, вызванном мастерской рекламой изданий в передаче «Развлечения сегодня вечером», которая идет по местным станциям.

В «Развлечения» стали включаться подробные сюжеты о книжных новинках с выступлениями писателей и видеозаписями. Этот пример был подхвачен в других передачах. В результате клипы и интервью о книге Пита Эрли «Горячий дом: внутри тюрьмы Ливенуорт» утроили продажу книги в последующие после передачи три дня. Телесюжет о книге «Зовите меня мисс Росс» позволил немедленно продать 50 тыс. экземпляров и т.д. «Книги скучны только в том случае, если их скучно представляют», — утверждает продюсер «Развлечения» Дэвид Нюлл. Наибольший опыт обеспечивает появление писателя в «60 минутах», но это серьезная передача, и далеко не в каждом ее выпуске можно рассказать о книгах.

Успешно пропагандирует книги и радио, особенно передачи «Свежий ветер» Национального общественного радио, «Обо всем» и «Утреннее издание». Первая из них распространяется через спутник на 1,7 млн слушателей.

«Variety», 1992, March 23, p. 127.